



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

**GHID METODIC**  
**pentru stagiile de practică**  
**la specialitatea *Științe ale Comunicării***

Elaborat de  
***Valentin DOROGAN,***  
***dr., conf. univ.***

*Aprobat de Consiliul  
Calității al USM*

CEP USM  
Chișinău, 2017

CZU 378:[070+659.3/.4]

D 69

*Recomandat: Departamentul Comunicare și Teoria Informării;  
Consiliul Facultății Jurnalism și Științe ale Comunicării*

**DESCRIEREA CIP A CAMEREI NAȚIONALE A CĂRȚII**

**Dorogan, Valentin.**

Ghid metodic pentru stagiile de practică la specialitatea *Științe ale Comunicării* / Valentin Dorogan ; Univ. de Stat din Moldova, Fac. Jurnalism și Științe ale Comunicării, Dep. Comunicare și Teoria Informării. – Chișinău : CEP USM, 2017. – 42 p. : tab.

50 ex.

ISBN 978-9975-71-908-7.

378:[070+659.3/.4]

D 69

© V. Dorogan, 2017

© USM, 2017

ISBN 978-9975-71-908-7

## I. PRELIMINARII

Stagiile de practică la specialitatea *Științe ale Comunicării* constituie o etapă importantă în formarea profesională a viitorilor jurnaliști.

***Practica de inițiere în specialitate*** – primul stagiul de practică realizat de către viitorii specialiști în comunicare – oferă studenților anului I posibilitatea de a aplica în practică cunoștințele privind aspectele conceptuale și cele funcționale ale instituțiilor de comunicare, precum și abilitățile de realizare a materialelor informative. Stagiul pune în corelație aspectele teoretice, valorificate în cadrul orelor de curs și de seminar, cu cele practice acumulate în cadrul orelor de laborator, modulul însuși fiind unul gradual. În cadrul acestuia, studenții se familiarizează cu structura instituției de comunicare, cu atribuțiile de funcție ale comunicatorului, cu modalitățile de organizare și de planificare a activității instituției, cu procesul de redactare a materialelor de relații publice/publicitate și cu formele de mediatizare a acestora.

Practica de inițiere în specialitate poate fi realizată în cadrul tuturor tipurilor de instituții/departamente de comunicare, prioritate având cele din agențiile de relații publice și publicitate.

***Practica de specialitate*** – cel de-al doilea stagiul de practică realizat de către viitorii specialiști în comunicare – oferă studenților anului II posibilitatea de a pune în practică cunoștințele și abilitățile privind realizarea materialelor de PR pentru diverse tipuri de instituții comunicațional-mediaticice. În același timp, stagiarii sunt orientați să se încadreze plenar în activitatea de muncă a colectivelor în cadrul cărora efectuează stagiul de practică: să se deplaseze pe teren pentru a evalua starea de lucruri, să colecteze informații, să redacteze materiale de PR proprii.

Practica de specialitate poate fi realizată în cadrul tuturor tipurilor de instituții de comunicare, luându-se în calcul aptitudinile și interesele studentului, precum și capacitatea instituțiilor de a organiza aceste stagii.

***Practica de producere*** – ultimul stagiul de practică realizat de către viitorii specialiști în comunicare – oferă studenților anului III posibilitatea de a pune în practică cunoștințele și abilitățile privind redactarea textelor de PR și a textelor publicitare. În cadrul acestui stagiul studenții sunt orientați, de asemenea, să participe la organizarea campaniilor de informare, de comunicare, a campaniilor publicitare și promoționale. Repartizarea studenților la practica de producție în anul III se organizează conform intereselor studenților, precum și din perspectiva de a fi angajați în câmpul muncii.

## II. COMPETENȚE GENERALE

- Cunoașterea principiilor de organizare, a normelor și principiilor de funcționare a instituției de comunicare;
- Comunicarea informațiilor, ideilor, problemelor și soluțiilor din domeniul profesional;
- Colectarea, interpretarea și analiza datelor relevante din domeniul științelor comunicării;
- Demonstrarea unui comportament etic în activitatea profesională;
- Comunicarea în mod profesionist cu diverse categorii de public;
- Rezolvarea situațiilor profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora;
- Utilizarea tehnicilor de muncă în echipă multidisciplinară, cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice privind colectarea, interpretarea și analizarea materialelor etc.;
- Comunicarea scrisă și orală în limba maternă și într-o limbă de circulație internațională;
- Aplicarea tehnicilor fundamentale de documentare și de redactare a textelor de PR și a celor publicitare;
- Utilizarea tehnologiilor informaționale în procesele de colectare, triere, tratare, validare și difuzare a mesajelor scrise, audio, video, multimedia;
- Demonstrarea abilităților de colaborare cu persoane din alte instituții similare și din instituțiile mass-mediei;
- Realizarea cercetărilor aplicative în domeniul comunicării mediatice, în scopul monitorizării efectelor activității profesionale executate;

- Aplicarea principiilor și tehnicilor de organizare a campaniilor de comunicare și a activităților de monitorizare a efectelor instituției de comunicare;
- Autoevaluarea propriilor activități din perspectiva obligațiilor de funcție.

### III. ADMINISTRAREA STAGIILOR DE PRACTICĂ

Nr/o	Tipul stagiului	Semestrul	Perioada	Nr. ore	Evaluarea		Responsabil
					Crede	Forma	
1	Practica de inițiere în specialitate	II	iunie	60	2	Examen	Titularii de curs
2	Practica de specialitate	IV	iunie	120	4	Examen	Titularii de curs
3	Practica de producție	VI	martie-aprilie	180	6	Examen	Titularii de curs
4	Practica de cercetare	VI	aprilie	180	6	Colocviu	Conducătorii tezelor de licență

NOTĂ: Administrarea stagiilor de practică s-a făcut în corespundere cu datele din planurile de învățământ din anul de studii 2016/2017.

## IV. DESCRIEREA STAGIILOR DE PRACTICĂ

### PRACTICA DE INIȚIERE ÎN SPECIALITATE

#### *a) Obiectivele stagiului de practică*

- Familiarizarea studenților cu structurile instituțiilor de comunicare, organigrama, cu fișele de post ale colaboratorilor instituțiilor date;
- Determinarea formatului și politicii informaționale a instituției de comunicare;
- Participarea în activitățile curente ale instituției de comunicare;
- Identificarea tehnicii și mijloacelor speciale din dotarea redacțiilor în scopul obținerii unor deprinderi practice în utilizarea și aplicarea lor;
- Identificarea drepturilor și obligațiilor membrilor din colectivul redacțional;
- Argumentarea acțiunilor relaționistului la etapele de pregătire și de organizare a materialului de PR;
- Aplicarea cunoștințelor acumulate și a competențelor privind faza de documentare;
- Realizarea propriilor texte publicitare și de PR;
- Demonstrarea/aplicarea tehnicilor și normelor de redactare a textului;
- Demonstrarea capacităților de comunicare în diverse situații comunicaționale;
- Identificarea valorilor, principiilor și normelor etice specifice deontologiei profesiei de specialist în științe ale comunicării;
- Manifestarea unei atitudini pozitive și responsabile față de profesia respectivă.

### ***b) Activități și produse ale studentului stagiar***

Înainte de începerea stagiului de practică, studenților li se oferă, într-o formulă inițială, instructajul de practică. În cadrul acestuia, responsabilii de practică informează studenții despre obiectivele stagiilor, activitățile și misiunile de creație pe care urmează să le realizeze, precum și despre condițiile de perfectare și depunere a dosarelor.

În perioada de practică, fiecare student va întocmi un dosar care va constitui o dovadă a realizării stagiului și în baza căruia vor fi evaluate rezultatele acestuia. Dosarul stagiului, ștampilat și semnat de către conducătorul instituției de comunicare, va fi depus la Departamentul în decurs de 3 zile după încheierea stagiului de practică.

***Dosarul stagiului de practică*** include un șir de documente care fac dovada aspectelor cantitative și celor calitative ale serviciilor prestate și ale produselor activității de creație a stagiului, așa precum:

**1) Formularul tipizat „Evidența activităților realizate în cadrul practicii”** (Anexa 1).

Documentul se va completa zilnic, în funcție de problematica activităților programate și de consecutivitatea șirului de operațiuni executate de facto.

**2) Formularul tipizat „Chestionar de evaluare a satisfacției studentului privind stagiul de practică”** (Anexa 2). Documentul se va elabora în faza finală a stagiului.

**3) Formularul tipizat „Evaluarea activității studentului în perioada stagiului de practică”** (Anexa 3). Documentul urmează a fi completat și parafat de îndrumătorul de practică din cadrul Instituției de comunicare și se prezintă ca un profil profesional al studentului. De rând cu celelalte acte din dosar, 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.



**4) Raportul descriptiv-sintetic despre activitatea desfășurată pe durata stagiului de practică** (vol. 1-2 pag.). Documentul se va elabora în formă liberă și va conține observații, referințe concrete la unele momente și situații, sugestii, concluzii etc., urmând să fie redactat în baza constatărilor și notițelor zilnice făcute de student pe întreaga perioadă a stagiului.

**5) Produsele comunicațional-mediatică ale studentului stagiar**

Pe parcursul practicii stagiarii vor presta servicii comunicațional-mediatică instituționalizate – activități care vor fi descrise în formularul nr. 1 și vor realiza materiale de PR și publicitare proprii.

Studentii care au făcut practica, fie în instituții de comunicare, fie în agenții de PR și publicitate, vor anexa la dosar materialele tipărite, audio sau video (spot publicitar, de exemplu) realizate pe parcurs. Materialele trebuie să fie semnate cu numele studentului, iar în lipsa acestuia, materialele trebuie să fie avizate prin aplicarea ștampilei instituției respective și a semnăturii îndrumătorului de practică din teritoriu.

***c) Criterii și indicatori de evaluare***

**Grila de evaluare** include aspectele cantitative și calitative ale activităților realizate de student și ale produselor comunicațional-mediatică realizate de acesta în timpul stagiului de practică sau în perioada de până la susținerea practicii. Evaluarea dosarului de practică și argumentarea notei studentului se face în baza criteriilor expuse în grilă. **NB!Aplicarea Grilei de evaluare este obligatorie!**

<b>Descrip- tori de per- for- manță</b>	<b>Foarte bine (10-9)</b>	<b>Bine (8-7)</b>	<b>Suficient (6-5)</b>
Norme și obiective de adaptare în condițiile de activitate în instituțiile de comunicare	Competențe excelente și exigență în exercitarea obligațiilor de serviciu; Calități morale înalte; Mod de conduită și disciplină exemplară; Adaptare rapidă la condițiile și atmosfera din colectivul instituției de comunicare; Ajustarea totală a actului de creație la specificul instituției de comunicare.	Competențe și exigență în exercitarea obligațiilor de serviciu; Calități morale apreciabile; Puține devieri în respectarea disciplinei și a normelor de conduită în colectivul instituției; Adaptare la condițiile și atmosfera din colectivul instituției de comunicare; Ajustarea în mare parte a actului de creație la specificul instituției de comunicare.	Competențe satisfăcătoare în exercitarea obligațiilor de serviciu; Încalcări ale normelor de conduită și nerespectarea disciplinei de muncă; Adaptare parțială la condițiile și atmosfera din colectivul instituției de comunicare; Ajustarea parțială a actului de creație la specificul instituției de comunicare.
Activități instituționale și de creație preconizate pentru realizare	Familiarizarea studentului cu departamentul/instituția de comunicare și organigrama acesteia; Familiarizarea cu atribuțiile de	Familiarizarea studentului cu departamentul/instituția de comunicare și organigrama acesteia; Familiarizarea cu atribuțiile de	Familiarizarea studentului cu departamentul/instituția de comunicare și organigrama acesteia; Familiarizarea cu atribuțiile de

	<p>funcție ale diferitelor tipuri de angajați;  Participarea în cadrul activităților de organizare și de planificare a actului de creație;  Realizarea misiunilor de creație în departament/instituție;  Realizarea misiunilor de creație pe teren (participarea la colectarea informațiilor);  Redactarea materialelor preluate;  Realizarea propriilor materiale.</p>	<p>funcție ale diferitelor tipuri de angajați;  Participarea în cadrul activităților de organizare și de planificare a actului de creație;  Realizarea misiunilor de creație în departament/instituție;  Realizarea misiunilor de creație pe teren (participarea la colectarea informațiilor);  Redactarea materialelor preluate.</p>	<p>funcție ale diferitelor tipuri de angajați;  Participarea în cadrul activităților de organizare și de planificare a actului de creație;  Realizarea misiunilor de creație în departament/instituție;  Realizarea misiunilor de creație pe teren (participarea la colectarea informațiilor).</p>
<p>Exactitatea și complexitatea elaborării dosarului stagiului</p>	<p><b>Dosarul</b> este complet și elaborat corect, prezintă integral nivelurile de complexitate;  <b>Dosarul</b> a fost depus la Departament în termen de 3 zile după</p>	<p><b>Dosarul</b> este complet, conține majoritatea nivelurilor de complexitate, dar conține unele inadvertențe în formulare;  <b>Dosarul</b> a fost depus la Departament în termen</p>	<p><b>Dosarul</b> nu este complet, nu respectă toate nivelurile de complexitate și conține greșeli în formulare;  <b>Dosarul</b> nu a fost depus la Departament în termen de 3 zile după încheierea</p>

	încheierea stagiului de practică.	de 3 zile după încheierea stagiului de practică.	stagiului de practică.
Condiții de notare	Notele de 9 și 10 pot fi acordate studenților care în perioada stagiului de practică au realizat absolut toate obiectivele propuse și, în mod obligatoriu, au redactat și publicat materiale proprii.	Notele de 8 și 7 pot fi acordate studenților care în perioada stagiului de practică au realizat în mare parte obiectivele propuse și au redactat materiale proprii, dar care însă nu au fost publicate.	Notele de 6 și 5 pot fi acordate studenților care în perioada stagiului de practică au realizat doar parțial obiectivele propuse și care nu au redactat materiale proprii.

## **PRACTICA DE SPECIALITATE**

### ***a) Obiectivele stagiului de practică***

- Identificarea culturii instituționale a instituției de comunicare;
- Identificarea politicii editoriale a instituției de comunicare și ajustarea acțiunilor de creație la obiectivele acesteia;
- Determinarea categoriilor principale de beneficiari ai instituției, precum și a materialelor realizate;
- Participarea la ședințele de organizare și de planificare a activității departamentelor de comunicare/agențiilor de PR/agențiilor de publicitate;
- Respectarea normelor conduitei deontologice ale specialiștilor în comunicare;
- Aplicarea cunoștințelor și competențelor în vederea realizării procesului de documentare/creație;

- Argumentarea acțiunilor stagiului la etapele de pregătire și organizare a materialului de PR sau publicitar;
- Realizarea propriilor texte de PR și publicitare;
- Demonstrarea/aplicarea tehnicilor și normelor de redactare a textului de PR și publicitar;
- Redactarea informațiilor preluate din alte surse (agenții de știri, portaluri online, rețele de socializare) și ajustarea lor la formatul instituției de comunicare.

### ***b) Activități și produse ale studentului stagiuar***

Înainte de începerea stagiului, studenților li se oferă, într-o formulă inițială, instructajul de practică. În cadrul acestuia, responsabilii de practică informează studenții despre obiectivele stagiilor, activitățile specifice și misiunile de creație pe care urmează să le realizeze, precum și despre condițiile de perfectare și de depunere a dosarelor.

În perioada de practică, fiecare student va întocmi un dosar care va constitui o dovadă a realizării stagiului și în baza căruia vor fi evaluate rezultatele acestuia. Dosarul stagiului, ștampilat și semnat de către conducătorul instituției de comunicare, va fi depus la Departamentul în decurs de 3 zile după încheierea stagiului de practică.

***Dosarul stagiului de practică*** include un set de documente care fac dovada aspectelor cantitative și celor calitative ale serviciilor prestate și ale produselor activității de creație a stagiului, așa precum:

#### **1) Formularul tipizat „Evidența activităților realizate în cadrul practicii” (Anexa 1).**

Documentul se va completa zilnic, în funcție de problematica activităților programate și de consecutivitatea șirului de operațiuni executate de facto.

#### **2) Formularul tipizat „Chestionar de evaluare a satisfacției studentului privind stagiul de practică” (Anexa 2).** Documentul se va elabora în faza finală a stagiului.

**3) Formularul tipizat „Evaluarea activității studentului în perioada stagiului de practică”** (Anexa 3). Documentul urmează să fie completat și parafat de îndrumătorul de practică din cadrul Instituției media și se prezintă ca un profil profesional al studentului. De rând cu celelalte acte din dosar, 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.

**4) Raportul descriptiv-sintetic despre activitatea desfășurată pe durata stagiului de practică** (vol. 1-2 pag.). Documentul se va elabora în formă liberă și va conține observații, referințe concrete la unele momente și situații, sugestii, concluzii etc., urmând să fie redactat în baza constatărilor și notițelor zilnice făcute de student pe întreaga perioadă a stagiului.

#### **5) Produsele comunicațional-mediatică ale studentului stagiar**

Pe parcursul practicii stagiarii vor presta servicii comunicațional-mediatică instituționalizate – activități care vor fi descrise în formularul nr 1 și vor realiza materiale proprii.

Studentii care au făcut practica, fie în instituții de comunicare, fie în agenții de PR și publicitate, vor anexa la dosar materialele tipărite, audio sau video (spot publicitar, de exemplu) realizate pe parcurs.

Materialele trebuie să fie semnate cu numele studentului, iar în lipsa acestuia, materialele trebuie să fie avizate prin aplicarea ștampilei instituției respective și a semnăturii îndrumătorului de practică din teritoriu.

#### ***c) Criterii și indicatori de evaluare***

**Grila de evaluare** include aspectele cantitative și calitative ale activităților realizate de student și ale produselor comunicațional-mediatică semnate de acesta în timpul stagiului de practică sau în perioada

de până la susținerea practicii. Evaluarea dosarului de practică și argumentarea notei studentului se face în baza criteriilor expuse în grilă.

**NB!Aplicarea Grilei de evaluare este obligatorie!**

<b>Descriptori de performanță</b>	<b>Foarte bine (10-9)</b>	<b>Bine (8-7)</b>	<b>Suficient (6-5)</b>
Norme și obiective de adaptare în condițiile de activitate în instituțiile de comunicare/relații cu publicul	Competențe excelente și exigență în exercitarea obligațiilor de serviciu; Calități morale înalte; Mod de conduită și disciplină exemplară; Adaptare rapidă la condițiile și atmosfera din colectivul instituției de comunicare; Ajustarea totală a actului de creație la specificul instituției de comunicare.	Competențe și exigență în exercitarea obligațiilor de serviciu; Calități morale apreciabile; Unele devieri în respectarea disciplinei și a normelor de conduită în colectivul redacțional; Adaptare la condițiile și atmosfera din colectivul instituției de comunicare; Ajustarea actului de creație la specificul instituției de comunicare.	Competențe satisfăcătoare în exercitarea obligațiilor de serviciu; Încălcări ale normelor de conduită și nerespectarea disciplinei de muncă; Adaptare parțială la condițiile și atmosfera din colectivul instituției de comunicare; Ajustarea parțială a actului de creație la specificul instituției de comunicare.
Activități instituționale și de creație	Realizarea materialelor de PR și ale celor publicitare;	Realizarea materialelor de PR și ale celor publicitare; Documentare suficientă;	Realizarea materialelor de PR și ale celor publicitare; Documentare insuficientă;

<p>preconizate pentru realizare (aspecte calitative)</p>	<p>Documentare amplă, din mai multe surse; Unitate și coerență în expunerea mesajului; Accentuarea unor idei și argumentarea faptelor în paragrafe separate sau în ansamblul textului; Limbaj adecvat genului; Respectarea normelor de scriere a materialelor de PR și /sau ale celor publicitare.</p>	<p>Unitate și coerență în expunerea mesajului; Accentuarea unor idei și argumentarea faptelor în paragrafe separate sau în ansamblul textului; Limbaj adecvat genului; Respectarea normelor de scriere a materialelor de PR și/sau ale celor publicitare; Erori nesemnificative în scrierea textelor.</p>	<p>Unitate și coerență în expunerea mesajului; Accentuarea unor idei și argumentarea faptelor în paragrafe separate sau în ansamblul textului; Limbaj adecvat genului; Respectarea normelor de scriere a materialelor de PR și/sau ale celor publicitare; Erori în scrierea textelor.</p>
<p>Aspecte calitative ale produselor serviciului de comunicare/relații cu publicul: <b>Lista presei</b></p>	<p>Este identificată o listă relativ completă a mass-mediei (listă lungă); Lista cuprinde toate tipurile de mass-media (presa scrisă, locală, națională; presa electronică, locală, națională; presa online);</p>	<p>Este identificată o listă relativ completă a mass-mediei (listă lungă); Lista cuprinde majoritatea tipurilor de mass-media (presa scrisă, locală, națională; presa electronică, locală, națională; presa online);</p>	<p>Este identificată o listă relativ completă a mass-mediei (listă lungă); Lista cuprinde majoritatea tipurilor de mass-media (presa scrisă, locală, națională; presa electronică, locală, națională; presa online); Este selectată o listă a presei</p>



	Este selectată o listă a presei (listă scurtă) cu instituțiile mediatică de toate tipurile cu cea mai mare audiență și/sau care este destinată publicului țintă respectiv; Este identificată lista adreselor electronice și/sau a ofițerilor de presă din lista scurtă.	Este selectată o listă a presei (listă scurtă) cu toate tipurile instituțiilor mediatică cu cea mai mare audiență și/sau care este destinată publicului țintă respectiv; Este identificată lista adreselor electronice și/sau a ofițerilor de presă din lista scurtă.	(listă scurtă) cu toate tipurile instituțiilor mediatică cu cea mai mare audiență și/sau care este destinată publicului țintă respectiv; Este identificată lista adreselor electronice și/sau a ofițerilor de presă din lista scurtă.
Aspecte calitative ale produselor serviciului de comunicare/relații cu publicul: <b>Anunțul de presă</b>	Tema anunțului este una de interes public; Timpul anunțului este oportun (mass-media să poată prelua și difuza anunțul în timp util); Anunțul este scris concis, clar și accesibil.	Tema anunțului este una de interes public; Timpul anunțului este oportun (mass-media să poată prelua și difuza anunțul în timp util); Anunțul este lung, relativ clar și bombastic.	Tema anunțului este irelevantă pentru public; Timpul anunțului este relativ adecvat; Anunțul este lung, relativ clar și bombastic.
Aspecte calitative ale produselor serviciului	Tema comunicatului este de interes public; Titlul este suficient de incitant pentru a atrage	Tema comunicatului este de interes public; Titlul este suficient de incitant pentru a atrage	Tema comunicatului este de interes public; Titlul este neatrăgător mass-mediei;

<p>de comuni- care/re- lații cu publicul: <b>Comu- nicatul de presă</b></p>	<p>atenția mass- mediei; Volumul comu- nicatului este aproximativ de 0,5 pag. ; Comunicatul oferă toate deta- liile importante ale evenimentu- lui despre care relatează; Comunicatul este clar și acce- sibil; Comunicatul este distribuit în timp util pentru mass-media.</p>	<p>atenția mass-me- diei; Volumul comu- nicatului este aproximativ de 0,5 pag. ; Comunicatul nu oferă toate deta- liile importante ale evenimentu- lui despre care relatează; Comunicatul este scris într-un lim- baj alambicat; Comunicatul este distribuit în timp util pentru mass- media.</p>	<p>Volumul comu- nicatului depă- șește normele ac- ceptate de mass- media; Comunicatul conține detalii in- signifiante; Comunicatul este scris într-un lim- baj alambicat; Comunicatul este distribuit în timp util pentru mass- media.</p>
<p>Aspecte calita- tive ale produse- lor pu- blicitare: <b>Textul publici- tar/slo- ganul publici- tar</b></p>	<p>Textul/sloganul publicitar este conform rigori- lor genului; Textul/sloganul publicitar se dis- tinge prin inedit și originalitate; Textul/sloganul publicitar este redactat într-un limbaj incitant; Textul/sloganul publicitar este prezentat în timp util produ- cătorului.</p>	<p>Textul/sloganul publicitar cores- punde în mare măsură rigorilor genului; Textul/sloganul publicitar se dis- tinge prin origi- nalitate; Textul/sloganul publicitar este re- dactat într-un limbaj incitant; Textul/sloganul publicitar este prezentat în timp</p>	<p>Textul/sloganul publicitar cores- punde într-o mă- sură mică rigori- lor genului; Textul/sloganul publicitar se dis- tinge prin origi- nalitate; Textul/sloganul publicitar este re- dactat într-un limbaj incitant; Textul/sloganul este prezentat cu întârziere produ- cătorului.</p>

		util producătorului.	
Aspecte cantitative ale produselor serviciului de comunicare/relații cu publicul realizate în cadrul stagiului de practică	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) 1 listă a presei;</li> <li>2) 3 anunțuri de presă (dacă există condiții tehnice);</li> <li>3) 3 comunicate de presă;</li> <li>4) 3 texte/slo-gane publicitare.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) 1 listă a presei;</li> <li>2) 2 anunțuri de presă (dacă există condiții tehnice);</li> <li>3) 2 comunicate de presă;</li> <li>4) 2 texte/slo-gane publicitare.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) 1 listă a presei;</li> <li>2) 1 anunț de presă(dacă există condiții tehnice);</li> <li>3) 1 comunicat de presă;</li> <li>4) 1 text/slogan publicitar.</li> </ol>
Exactitatea și complexitatea elaborării dosarului stagiului	<p><b>Dosarul</b> este complet și elaborat corect, prezintă integral nivelurile de complexitate;</p> <p><b>Dosarul</b> a fost depus la Departament în termen de 3 zile după încheierea stagiului de practică.</p>	<p><b>Dosarul</b> este complet, conține majoritatea nivelurilor de complexitate, dar denotă inadvertențe în formulare;</p> <p><b>Dosarul</b> a fost depus la Departament în termen de 3 zile după încheierea stagiului de practică.</p>	<p><b>Dosarul</b> nu este complet, nu respectă toate nivelurile de complexitate și conține greșeli în formulare;</p> <p><b>Dosarul</b> nu a fost depus la Departament în termen de 3 zile după încheierea stagiului de practică.</p>
Condiții de notare	Notele de 9 și 10 pot fi acordate studenților care în perioada	Notele de 8 și 7 pot fi acordate studenților care	Notele de 6 și 5 pot fi acordate studenților care

	stagiului de practică au realizat toate obiectivele propuse.	în perioada stagiului de practică au realizat în mare parte obiectivele propuse.	în perioada stagiului de practică au realizat parțial obiectivele propuse.
--	--	--	--

## **PRACTICA DE PRODUCȚIE**

### ***a) Obiectivele stagiului de practică***

- Aplicarea tehnicilor de documentare și normelor de redactare a materialelor de PR și a celor publicitare;
- Evaluarea acțiunilor postproducție ale echipelor de creație;
- Participarea la activitățile de planificare a actului de creație la nivel de departament sau instituție de comunicare;
- Analizarea modului de organizare a ședințelor de lucru;
- Realizarea propriilor materiale de PR și/sau publicitare;
- Redactarea materialelor informative;
- Analiza conținutului materialelor publicitare în cadrul ședințelor;
- Realizarea materialelor publicitare specializate;
- Propunerea modelelor, modalităților și formelor de eficientizare a activității instituției de comunicare.

### ***b) Activități și produse ale studentului stagiar***

Înainte de începerea stagiului, studenților li se oferă, într-o formulă inițială, instructajul de practică. În cadrul acestuia, responsabilii de practică informează studenții despre obiectivele stagiilor, activitățile specifice și misiunile de creație pe care urmează să le realizeze, precum și despre condițiile de perfectare și de depunere a dosarelor.

În perioada de practică, fiecare student va întocmi un dosar care va constitui dovada realizării stagiului și în baza căruia vor fi evaluate rezultatele acestuia. Dosarul stagiului, ștampilat și semnat de către conducătorul instituției de comunicare, va fi depus la Departament în decurs de 3 zile după încheierea stagiului de practică.

*Dosarul stagiului de practică* include un șir de documente care fac dovada aspectelor cantitative și celor calitative ale serviciilor prestate și ale produselor activității de creație a stagiului, așa precum:

**1) Formularul tipizat „Evidența activităților realizate în cadrul practicii”** (Anexa 1).

Documentul se va completa zilnic, în funcție de problematica activităților programate și de consecutivitatea șirului de operațiuni executate de facto.

**2) Formularul tipizat „Chestionar de evaluare a satisfacției studentului privind stagiul de practică”** (Anexa 2). Documentul se va elabora în faza finală a stagiului.

**3) Formularul tipizat „Evaluarea activității studentului în perioada stagiului de practică”** (Anexa 3). Documentul urmează să fie completat și parafat de îndrumătorul de practică din cadrul Instituției media și se prezintă ca un profil profesional al studentului. De rând cu celelalte acte din dosar, 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.

**4) Raportul descriptiv-sintetic despre activitatea desfășurată pe durata stagiului de practică** (vol. 1-2 pag.). Documentul se va elabora în formă liberă și va conține observații, referințe concrete la unele momente și situații, sugestii, concluzii etc., urmând să fie redactat în baza constatărilor și notițelor zilnice făcute de student pe întreaga perioadă a stagiului.

**5) Produsele comunicațional-mediatică ale studentului stagiar.** Pe parcursul practicii stagiarii vor presta servicii comunicațional-mediatică instituționalizate – activități care vor fi descrise în formularul nr. 1 și vor realiza materiale de PR și publicitate proprii.

Studentii care au făcut practica, fie în instituții de comunicare, fie în agenții de PR și publicitate, vor anexa la dosar materialele tipărite, audio sau video (spot publicitar, de exemplu) realizate pe parcurs.

Materialele trebuie să fie semnate cu numele studentului, iar în lipsa acestuia, materialele trebuie să fie avizate prin aplicarea ștampilei instituției de comunicare și a semnăturii îndrumătorului de practică din teritoriu.

### *c) Criterii și indicatori de evaluare*

**Grila de evaluare** include aspectele cantitative și calitative ale activităților realizate de student și ale produselor jurnalistice semnate de acesta în timpul stagiului de practică sau în perioada de până la susținerea practicii. Evaluarea dosarului de practică și argumentarea notei studentului se face în baza criteriilor expuse în grilă.

**NB! Aplicarea Grilei de evaluare este obligatorie!**

<b>Descriptori de performanță</b>	<b>Foarte bine (10-9)</b>	<b>Bine (8-7)</b>	<b>Suficient (6-5)</b>
Norme și obiective de adaptare în condițiile de activitate în instituțiile de comunicare/relații cu publicul	Competențe excelente și exigență în exercitarea obligațiilor de serviciu; Calități morale înalte; Mod de conduită și disciplină exemplară;	Competențe și exigență în exercitarea obligațiilor de serviciu; Calități morale apreciabile; Unele devieri în respectarea disciplinei și a normelor;	Competențe satisfăcătoare în exercitarea obligațiilor de serviciu; Încălcări ale normelor de conduită și nerespectarea în disciplinei de muncă;

	<p>Adaptare rapidă la condițiile și atmosfera din colectivul redacțional; Ajustarea totală a actului de creație la specificul instituției media.</p>	<p>melor de conduită în colectivul redacțional; Adaptare la condițiile și atmosfera din colectivul redacțional; Ajustarea în mare parte a actului de creație la specificul instituției media.</p>	<p>Adaptare parțială la condițiile și atmosfera din colectivul redacțional; Ajustarea parțială a actului de creație la specificul instituției media.</p>
<p>Activități instituționale și de creație preconizate pentru realizare (aspecte calitative)</p>	<p>Realizarea materialelor informative și analitice; Documentare amplă, din mai multe surse; Unitate și coerență în expunerea evenimentului; Accentuarea unor idei și argumentarea faptelor în paragrafe separate sau în ansamblul textului; Limbaj adecvat genului; Respectarea normelor de</p>	<p>Realizarea materialelor informative; Documentare suficientă; Unitate și coerență în expunerea evenimentului; Accentuarea unor idei și argumentarea faptelor în paragrafe separate sau în ansamblul textului; Limbaj adecvat genului; Respectarea normelor de scriere a materialelor jurnalistice.</p>	<p>Realizarea materialelor informative; Documentare insuficientă; Expunere alogică și necoerență a evenimentului; Lipsa argumentelor; Limbaj neadecvat genului; Nerespectarea normelor de scriere a materialelor jurnalistice; Erori în scrierea textelor.</p>

	scriere a materialelor jurnalistice.	Erori ne semnificative în scrierea textelor.	
Aspecte calitative ale produselor serviciului de comunicare/relații cu publicul: <b>Briefingul de presă</b>	Tema abordată este actuală și relevantă; Durata briefingului corespunde rigorilor genului; Informația comunicată este completă și veridică; Briefingul începe exact la timpul anunțat; Reprezentanților mass-mediei le sunt oferite date de contact pentru eventuale precizări ulterioare.	Tema abordată este actuală dar nu pe deplin relevantă pentru interesul public; Durata briefingului o depășește pe cea recomandată de rigorile genului; Informația comunicată este completă și veridică; Briefingul începe exact la timpul anunțat; Reprezentanților mass-mediei le sunt oferite date de contact pentru eventuale precizări ulterioare.	Tema abordată este actuală dar nu pe deplin relevantă pentru interesul public; Durata briefingului o depășește pe cea recomandată de rigorile genului; Informația comunicată este parțial completă, dar veridică; Briefingul începe exact la timpul anunțat; Reprezentanților mass-mediei le sunt oferite date de contact pentru eventuale precizări ulterioare.
Aspecte calitative ale produselor serviciului de comunicare/relații cu publicul: <b>Conferința de presă</b>	Tema abordată este actuală și relevantă; Locul, ziua și ora conferinței de presă sunt co-	Tema abordată este actuală și relevantă; Locul conferinței de presă nu este comod pentru reprezentanții mass-mediei;	. Tema abordată este actuală și relevantă; Locul conferinței de presă nu este comod pentru reprezentanții mass-mediei;



	<p>mode pentru reprezentanții mass-mediei; Durata conferinței de presă corespunde rigorilor genului; Informația comunicată este completă și veridică; Conferința de presă începe exact la timpul anunțat; Reprezentanților mass-mediei le sunt oferite date de contact pentru eventuale precizări ulterioare.</p>	<p>Durata conferinței de presă nu corespunde rigorilor genului; Informația comunicată este completă și veridică; Conferința de presă începe cu întârziere; Reprezentanților mass-mediei le sunt oferite date de contact pentru eventuale precizări ulterioare.</p>	<p>Durata conferinței de presă nu corespunde rigorilor genului; Informația comunicată este completă și veridică; Conferința de presă începe cu mare întârziere; Reprezentanților mass-mediei nu le-au fost oferite date de contact pentru eventuale precizări ulterioare.</p>
<p>Aspecte calitative ale produselor serviciului de comunicare/relații cu publicul: <b>Dosarul de presă</b></p>	<p>Dosarul de presă este complet și relevant pentru instituție; În temeiul dosarului de presă este sintetizată informația relevantă pentru solicitant; Dosarul de presă este actualizat în permanență.</p>	<p>Dosarul de presă este complet și relevant pentru instituție; În temeiul dosarului de presă este sintetizată informația relevantă pentru solicitant; Dosarul de presă nu este actualizat în permanență.</p>	<p>Dosarul de presă este incomplet, dar relevant pe datele conținute; În temeiul dosarului de presă este generalizată informația pentru solicitant; Dosarul de presă nu este actualizat în permanență.</p>

<p>Aspecte calitative ale produselor publicitare: <b>Text/slogan publicitar</b></p>	<p>Textul/sloganul publicitar este produs cu utilizarea mijloacelor multimedia conform rigurilor genului; Textul/sloganul publicitar cu utilizarea mijloacelor multimedia se distinge prin inedit și originalitate; Textul/sloganul publicitar realizat cu utilizarea mijloacelor multimedia este produs de-o manieră care incită interesul consumatorului; Textul/sloganul publicitar este distribuit în timp util difuzorilor.</p>	<p>Textul/sloganul publicitar este produs cu utilizarea mijloacelor multimedia conform rigurilor genului; Textul/sloganul publicitar cu utilizarea mijloacelor multimedia se distinge prin originalitate; Textul/sloganul publicitar realizat cu utilizarea mijloacelor multimedia este produs de-o manieră care nu provoacă interesul consumatorului; Textul/sloganul publicitar este distribuit în timp util difuzorilor.</p>	<p>Textul/sloganul publicitar este produs cu utilizarea mijloacelor multimedia conform rigurilor genului; Textul/sloganul publicitar cu utilizarea mijloacelor multimedia se distinge prin originalitate; Textul/sloganul publicitar realizat cu utilizarea mijloacelor multimedia este produs de-o manieră care nu provoacă interesul consumatorului; Textul/sloganul publicitar este distribuit cu întârziere difuzorilor.</p>
<p>Aspecte cantitative ale produselor serviciului de comunicare/relații cu publicul</p>	<p>1) 3 briefinguri (dacă există condiții tehnice); 2) 3 conferințe de presă;</p>	<p>1) 2 briefinguri (dacă există condiții tehnice); 2) 2 conferințe de presă;</p>	<p>1) 1 briefing (dacă există condiții tehnice); 2) 1 conferință de presă;</p>

	3) 1 dosar de presă complet.	3) 1 dosar de presă complet.	3) 1 dosar de presă complet.
Exactitatea și complexitatea elaborării dosarului stagiului	<b>Dosarul</b> este complet și elaborat corect, prezintă integral nivelurile de complexitate; <b>Dosarul</b> a fost depus la Departament în termen de 3 zile după încheierea stagiului de practică.	<b>Dosarul</b> este complet, conține majoritatea nivelurilor de complexitate, dar denotă inadvertențe în formulare; <b>Dosarul</b> a fost depus la Departament în termen de 3 zile după încheierea stagiului de practică.	<b>Dosarul</b> nu este complet, nu respectă toate nivelurile de complexitate și conține greșeli în formulare; <b>Dosarul</b> nu a fost depus la Departament în termen de 3 zile după încheierea stagiului de practică.
Condiții de notare	Notele de 9 și 10 pot fi acordate studenților care în perioada stagiului de practică au realizat absolut toate obiectivele propuse.	Notele de 8 și 7 pot fi acordate studenților care în perioada stagiului de practică au realizat în mare parte obiectivele propuse.	Notele de 6 și 5 pot fi acordate studenților care în perioada stagiului de practică au realizat parțial obiectivele propuse.

## PRACTICA DE CERCETARE

### *a) Obiectivele stagiului*

- Argumentarea importanței sociale și teoretico-științifice a investigațiilor în domeniul științelor comunicării;
- Identificarea teoriilor, conceptelor științifice fundamentale pe care se va axa cercetarea;
- Argumentarea demersului investigativ: obiectul, ipoteza, scopul și obiectivele cercetării; baza metodologică a cercetării, valoarea teoretică și aplicativă a lucrării;
- Definierea problemei de cercetare și formularea ipotezei de lucru;
- Selectarea surselor bibliografice necesare pentru elaborarea cadrului teoretic al lucrării;
- Analiza literaturii științifice la tema propusă pentru cercetare;
- Elaborarea proiectului cercetării științifice;
- Selectarea metodelor relevante tipului de cercetare;
- Prelucrarea datelor empirice ale cercetării (cantitativă, calitativă, statistico-matematică);
- Interpretarea și evaluarea rezultatelor din punct de vedere teoretic și aplicativ;
- Redactarea conținutului lucrării științifice respectând cerințele de rigoare, specificate în *Ghidul pentru elaborarea tezelor de licență și de master*;
- Argumentarea concluziilor formulate și a rezultatelor obținute;
- Respectarea normelor etice și cerințelor științifice în realizarea și prezentarea rezultatelor cercetării științifice;
- Elaborarea aparatului științific al cercetării.

#### ***b) Activități și produse ale studentului stagiar***

În cadrul practicii de cercetare studentul realizează investigații științifice, cercetări teoretice, teoretico-practice și aplicative necesare pentru teza de licență. Înainte de începerea stagiului de cercetare, stu-

denților li se oferă instructajul de practică, în cadrul căruia, într-o formulă inițială, este aprobată tema cercetării, scopul și obiectivele ei, graficul consultațiilor conducătorului științific și graficul susținerii prealabile a tezei.

### ***c) Principii de realizare și structura tezei de licență***

Teza de licență la specialitatea *Științe ale Comunicării* este o lucrare de cercetare, care va aborda o problemă din domeniile comunicării publice, publicității, imagologiei, relațiilor publice, precum și din alte domenii conexe. Obiectul de cercetare într-o teză de acest gen poate fi, de asemenea, o temă actuală: socială, politică, economică, culturală, abordată din perspectiva științelor comunicării.

*În primul capitol* se va face o prezentare a viziunilor cercetătorilor autohtoni și din străinătate asupra problemei, enunțând criteriile de bază care vor fi aplicate în procesul cercetării. Prezentarea va avea un caracter analitic, autorul tezei de licență urmând să dea o apreciere critică viziunilor cercetătorilor. În cazul analizei unei probleme cotidiene, primul capitol va constitui expunerea problemei din perspectiva parametrilor spațiali și temporali, identificarea cadrului legal care a asigurat evoluția acesteia și evaluarea de către autor a situației la moment.

*Al doilea capitol* constituie nemijlocit studiul de caz, care presupune o cercetare a stării de lucruri privind subiectul abordat și care va fi realizată, parțial sau totalmente, în baza materialului empiric pus în circuitul informațional în anul în care va fi susținută teza. Informațiile din anii precedenți pot fi utilizate doar pentru realizarea analizei comparate a evoluției problemei cercetate.

Cercetarea se va axa pe un șir de variabile de cercetare, elaborate de licențiat în comun cu conducătorul științific.

Studiile de caz vor constitui o analiză cantitativă, dar și calitativă a obiectului de cercetare. Ele vor fi formulate astfel încât să asigure dezvoltarea complexă a problemei de cercetare, sintetizarea practicilor profesionale curente, argumentarea viziunii studentului asupra fenomenului cercetat.

#### ***d) Arhitectonica tezei de licență***

Tezele de licență au o structură bine definită, elementele constitutive obligatorii fiind:

- ✓ Foaia de titlu;
- ✓ Cuprinsul;
- ✓ Introducerea;
- ✓ Textul (două capitole);
- ✓ Concluziile și recomandările;
- ✓ Bibliografia;
- ✓ Anexele (în caz de necesitate).

***Foaia de titlu.*** Foaia de titlu include următoarele elemente: ministerul de profil, instituția de învățământ, facultatea, specialitatea, departamentul, titlul lucrării, numele autorului și al conducătorului științific, locul și anul realizării lucrării. Dacă teza este scrisă în altă limbă decât cea română, se vor perfecta două foi de titlu, prima fiind în limba română.

***Cuprinsul.*** În Cuprins sunt indicate titlurile capitolelor și subcapitolelor tezei de licență cu precizarea paginilor la care acestea pot fi găsite.

***Introducerea.*** În Introducere este prezentată tema și descrisă pe scurt strategia de investigare a ei. Ea trebuie să ofere o imagine succintă a studiului actual în sfera tematicii abordate. Introducerea va fi structurată în felul următor:

- *actualitatea temei* (actualitatea subiectului abordat poate fi marcată de fenomene ce reprezintă realitatea în general, la nivel internațional și/sau particular a unor țări, societăți, domenii etc.);

- *scopul și obiectivele* (scopul lucrării trebuie să fie formulat clar și concis, astfel încât să reprezinte cercetarea atât din punct de vedere teoretic, cât și aplicativ; numărul obiectivelor formulate trebuie să coincidă cu numărul de paragrafe a căror realizare să se regăsească în concluzii și recomandări);

- *suportul metodologic și teoretico-științific al lucrării* (metodele de cercetare frecvent aplicate în studiile ce vizează activitatea comunicațional-mediatică sunt cele sociologice, precum: analiza cantitativ-calitativă, analiza comparativă, studiul de caz, sondajul de opinie, interviul în profunzime);

- *gradul de investigare a temei* (trecerea în revistă a lucrărilor autorilor care se preocupă de domeniul dat; în acest context, cercetările recente joacă un rol important, astfel contribuind la sporirea gradului de actualitate a lucrării);

- *noutatea temei investigate* (se evidențiază acele aspecte care pun în valoare caracterul inovator al lucrării);

- *structura lucrării* (structura este expusă concis, astfel încât fiecare capitol și subcapitol să fie redat printr-o idee de bază, cuprinsă în 2-3 fraze).

**Textul (corpul) lucrării.** Teza de licență va fi constituită din două capitole:

- primul capitol, de natură teoretică, va conține istoriografia problemei cercetate, viziunile diferiților savanți și specialiști în comunicare;

- al doilea capitol, de natură practică, va reprezenta un studiu de caz, efectuat în baza criteriilor teoretice enunțate în capitolul anterior.

Informația textuală va fi structurată pe subcapitole.

**Concluziile și recomandările.** Concluziile trebuie să fie clare, concise și coerente. Totodată, ele trebuie să fie însoțite de un set de recomandări, menite să îmbunătățească starea de lucruri din domeniul cercetat.

**Bibliografia.** Bibliografia urmează după compartimentul „Concluzii și recomandări” și trebuie să fie prezentată în ordine alfabetică.

Sursele bibliografice se vor diviza conform limbii în care au fost publicate: română, rusă, engleză, franceză, ucraineană etc., apoi resursele web, cu păstrarea numerotării unice.

Referințele la sursele bibliografice se indică în paranteze pătrate, inserate în text, de exemplu: [8]. Dacă dintr-o sursă sunt citate anumite pasaje, după indicele bibliografic urmează pagina, de exemplu: [8, p.231]. Referințele la publicațiile periodice vor conține informații despre data apariției ediției la care se face referință, de exemplu: [9, 25.04.2017].

Numărul de titluri bibliografice, consultat pentru realizarea tezei de licență, variază în funcție de gradul de investigație și complexitatea temei cercetate. Bibliografia la teza de licență va cuprinde 20-30 de surse.

**Anexe.** Anexele se atașează la lucrare (în cazurile oportune) pentru a sprijini demersul științific întreprins. În cazul tezelor în format clasic, se recomandă ca volumul total al anexelor să nu depășească 1/3 din numărul total de pagini. De asemenea, graficele, tabelele și imaginile nu trebuie să substituie textul tezei, ci trebuie să fie doar o completare a acestuia. Diagramele, tabelele, imaginile care nu depășesc 0,5 pagină pot fi incluse în corpul lucrării. Cele care depășesc acest volum vor fi incluse în Anexe.

#### **e) Tehnoredactarea tezei de licență**

##### **Parametrii cantitativi**



<b>Volumul elementelor constitutive ale tezei</b>	<b>Teza de cercetare</b>
Foaia de titlu	1 pagină
Cuprins	1 pagină
Introducere	3-5 pagini
Capitolul I. Prezentarea estimativă a resurselor bibliografice cu referire la problema cercetată și argumentarea oportunității valorificării sectorului profesional	10-15 pagini
Capitolul II. Studiul de caz	30-35 pagini
Concluzii și recomandări	3-5 pagini
Bibliografie	20-30 surse bibliografice
Anexe	cel mult 1/3 din volumul tezei

### **Parametrii tehnici**

- Format pagină: A4 (21,0 x 29,7 cm), hârtie albă, pe o singură parte a foii.

- Margini: sus (top) 2,5 cm, jos (bottom) 2,5 cm, stânga (left) 3 cm, dreapta (right) 1,5 cm.

- Font: Times New Roman, mărimea corpului de literă va fi de 12 puncte (size). Textul va fi imprimat la un rând și jumătate (1,5 lines).

Nu se acceptă ca un text să fie editat cu efecte vizuale (de natură grafică). Pentru evidențierea titlurilor de monografii, studii, publicații, articole de presă se admite utilizarea caracterului *italic (cursiv)*.

**Redactarea titlurilor capitolelor.** Titlul capitolelor se scrie cu litere majuscule (font 12 puncte, bold, centrat), al subcapitolelor — cu litere mici, în afară de prima literă (font 12 puncte, bold, centrat). După denumirea capitolului sau a subcapitolului nu se pune punct. Capitolele și subcapitolele se numerotează prin cifre arabe (exemplu: 2.4).

Fiecare capitol începe din pagină nouă, subcapitolele urmează succesiv.

**Numerotarea paginilor.** Toate paginile tezei se numerotează începând cu pagină de titlu și terminând cu ultima pagina, cu excepția anexelor. Numărul paginii se indică pe câmpul de jos, în centru. Pe pagina de titlu nu se indică numărul acesteia.

În mod obligatoriu, se utilizează literele cu diacritice specifice limbii române (ă, â, î, ș, ț). Semnele de punctuație ("", ".", "?", "!") sunt urmate în mod obligatoriu de un spațiu. Nu sunt acceptate prescurtări ale cuvintelor.

**Copertarea.** Teza se leagă prin copertare (copertă euro) într-un singur exemplar și se prezintă la departamentele de profil.

#### **f) Criterii și indicatori de evaluare**

Practica de cercetare se încheie cu susținerea publică prealabilă a tezei de licență în cadrul comisiilor de evaluare a stagiilor de practică. În cadrul susținerii publice, studentul-absolvent prezintă rezultatele cercetării. Se admit spre susținere tezele care sunt finalizate în proporție de 80 la sută. Admiterea sau respingerea tezei de licență pentru susținerea publică prealabilă ține de competența conducătorului științific.

În cazul realizării **tezei de cercetare**, practica de cercetare va fi evaluată cu calificativul **admis** sau **respins** în baza următoarelor criterii:

- Corespunderea problematicii cu domeniul de specialitate solicitat;
- Reflectarea temei tezei de licență în conținutul lucrării;
- Corelarea dintre tema/conținutul tezei de licență și cerințele, necesitățile societății;
- Structurarea judicioasă a conținutului și prezentarea materialului în capitole și subcapitole;

- Utilizarea adecvată a metodologiei cercetării;
- Completitudinea datelor cercetării (analiză, interpretare, argumentare);
  - Procesarea și analiza teoretică, implicarea critică, interpretativă a autorului;
  - Evidențierea noutății teoretice a cercetării;
  - Expunerea și argumentarea concluziilor;
  - Completitudinea surselor și a referințelor bibliografice;
  - Corectitudinea stilistică și gramaticală a textului;
  - Corectitudinea perfectării aspectului grafic al tezei.

**Notă: Stagiarul poate fi evaluat cu calificativul *respins* în cazul în care:**

- Teza de licență nu corespunde specialității solicitate;
- Tema nu corespunde esenței materialului lucrării;
- Materialul prezentat în capitole este totalmente dezechilibrat;
- Metodologia cercetării este neadecvată;
- Datele cercetării sunt prezentate sporadic, interpretarea – irelevantă;
  - Procesarea și analiza teoretică, implicarea critică, interpretativă a autorului sunt insignifiante;
  - Concluziile sunt difuze și nu sunt argumentate;
  - Teza este plagiată.







Competențele obținute în cadrul căror cursuri universitare v-au fost de folos în timpul stagiului

---

---

Ce alte competențe necesare pentru realizarea practicii considerați că trebuie formate studenților în cadrul cursurilor universitare?

---

---

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 studentului, semnătura \_\_\_\_\_

## Evaluarea activității studentului în perioada stagiului de practică

Studentul \_\_\_\_\_  
Din anul \_\_\_\_\_ grupa \_\_\_\_\_  
A efectuat stagiul practic la instituția \_\_\_\_\_  
Îndrumătorul de practică \_\_\_\_\_

Având în vedere următoarele criterii:

- Folosirea eficientă a timpului de lucru (prezența, punctualitatea, respectarea programului de lucru, rezolvarea la timp a sarcinilor ce i-au fost repartizate spre rezolvare)

Se acordă calificativul:

1. Foarte bine 2. Bine 3. Satisfăcător 4. Suficient 5. Insuficient

- Atitudinea față de redacție (interesul și dorința de a cunoaște structura de organizare și funcționare a departamentului, dacă a demonstrat o atitudine corectă, profesională față de ceilalți membri ai colectivului și față de îndrumătorul de practică)

Se acordă calificativul:

1. Foarte bine 2. Bine 3. Satisfăcător 4. Suficient 5. Insuficient

- Interesul pentru dobândirea deprinderilor și abilităților necesare profesiei de comunicator (seriozitate și conștiinciozitate în activitatea zilnică, preocupările pentru a învăța cât mai mult din experiențele practice, deprinderea lucrului în echipă, capacitatea de a aplica teoriile învățate, dacă dovedește bunăvoință, înțelegere, spirit de inițiativă, responsabilitate)

Se acordă calificativul:

1. Foarte bine 2. Bine 3. Satisfăcător 4. Suficient 5. Insuficient



- Calitatea materialelor redactate (documentarea, utilizarea surselor de referință, reflectarea corectă a faptelor, acuratețea în realizarea materialelor)

Se acordă calificativul:

1. Foarte bine 2. Bine 3. Satisfăcător 4. Suficient 5. Insuficient

Recomandări pentru student:

---

---

---

---

Data

Îndrumătorul de practică  
(Semnătura și ștampila Instituției de comunicare)

## Cuprins

I. Preliminarii.....	3
II. Competențe generale.....	5
III. Administrarea stagiilor de practică.....	6
IV. Descrierea stagiilor de practică .....	7
Practica de specialitate .....	12
Practica de producție .....	20
Practica de cercetare.....	28
V. Anexe.....	37
Anexa 1 .....	37
Anexa 2 .....	38
Anexa 3 .....	40

**GHID METODIC**  
**pentru stagiile de practică**  
**la specialitatea Științe ale Comunicării**

*Elaborat de Valentin DOROGAN*  
*dr., conf. univ.*

Redactor: *Antonina Dembițchi*  
Machetare computerizată: *Tatiana Capliuc*

---

Bun de tipar 19.05.2017. Formatul  $60 \times 84^{1/16}$   
Coli de tipar 2,6. Coli editoriale 1,5.  
Comanda 62. Tirajul 50 ex.

Centrul Editorial-Poligrafic al USM  
str. Al.Mateevici, 60, Chișinău, MD-2009