Producție multimedia și audio-video (IF)

Acest program de masterat este unul interdisciplinar, unic pe piață în ceea ce priveşte abordarea mediilor digitale cu aplicații în domeniul media şi al comunicării, format din cursuri ce acoperă următoarele tematici: design Web, multimedia, tehnologia informației, teoria comunicării, legislație. Abordarea mediilor digitale se face din perspectivă creativă şi de producție, dar şi din perspectiva eficienței comunicării. Programul permite studenților tranziția de la viața academică la o carieră practică în domeniul digital, atât de dinamic şi supus transformărilor.

Cursuri: Producție multimedia online; Scriitură pentru mediile digitale; Producția imaginii digitale; Televiziune digitală; Producție video digitală; Retorică vizuală; Producție audio digitală; Cultura Internet; Management de proiect; Dreptul de autor şi legislație pentru mediile digitale; Metode de cercetare pentru mediile digitale; Principii ale comunicării eficiente.

Perspective în carieră: Acest program asigură oportunități de inserție profesioanală în meseriile: editor de imagine digitală; grafician, editor imagine; producător multimedia; web editor, web designer; jurnalist multimedia, jurnalist online; specialist audio-video; manager al unui produs multimedia sau audio-video etc.

Admiterea:

a) Proba scrisă: propunere de proiect de cercetare sau practic din profilul programului masteral..

b) Proba orală: interviu. Candidatul va prezenta argumentele legate de motivația participării la acest program de masterat şi va susține în fața comisiei propunerea de proiect de cercetare sau proiect practic din domeniu multimedia / audio-video.

Director de program: Prof. univ. dr. Georgeta Drulă
gdrula@yahoo.com

Teorii și Metode de Cercetare în Științele Comunicării (IF)

Programul de masterat este construit în jurul următoarelor axe: ştiințele comunicării, modele, metode, abordate interdisciplinar, interactiv şi pe bază de proiecte (individuale şi de grup).

Cursuri: Ştiințele comunicării şi ştiințele limbajului; Ştiințele comunicării şi performance studies; Metode de cercetare în ştiințele comunicării; Mass media şi industriile culturale; Ştiințele comunicării şi noile tehnologii; Ştiințele comunicării şi cultural studies; Ştiințele comunicării, sociologie, antropologie; Comunicare politică; Cultură organizațională; Comunicare interculturală; Sociologie politică; Gen şi comunicare; Psihosociologia schimbării în organizații; Conceperea şi realizarea unui proiect de cercetare de teren; Conceperea şi realizarea unui proiect de cercetare de text.

Programul se adresează în primul rând absolvenților Facultăților de Jurnalism şi Ştiințele Comunicării, Sociologie, Ştiințe politice, dornici să-şi continue studiile în domeniul Ştiințelor Comunicării la nivel doctoral. Acest program se constituie din punct de vedere metodologic şi tematic un preambul al şcolii doctorale în ştiințele comunicării. Masteratul urmăreşte să formeze profesionişti capabili să asigure proiectarea şi realizarea de cercetări competitive pe plan național şi internațional, în domeniul analizei media şi al ştiințelor comunicării.

Admiterea:

a) Proba scrisă: proiect (circa 12000 de semne) din profilul programului masteral.

b) Proba orală: susținerea proiectului în fața comisiei.

Director de program: Conf. univ. dr. Camelia Cmeciu
cmeciu75@gmail.com

Media, comunicare publică și globalizare (IF)

În limba engleză

Masterul anglofon „Media, Public Communication and Globalization" se adresează, în egală măsură, absolvenților studiilor de licență sau master ale Facultății de Jurnalism şi Ştiințele Comunicării, studenților bursieri Erasmus, absolvenților Facultăților cu profil sociologic, umanist sau artistic (comunicare, limbă şi literatură, ştiințe sociale, politice, administrative, teatru, religie, arte plastice etc), cu condiția să aibă competențele necesare comunicării în limba engleză, cel puțin la nivel mediu.

Cursuri: Pe lângă disciplinele caracteristice ştiințelor comunicării, în general, cum ar fi: Comunicarea eficientă, Etica şi deontologia comunicării publice, Metodele de cercetare în ştiințele comunicării, am inclus în curricula acestui program masteral şi cursuri care abordează interdisciplinar Comunicarea politică în noile medii, Comunicarea politică şi genul, Globalizarea şi campaniile de comunicare, Interferența între imagine, sunet şi gest în comunicare, Asimetriile de putere la nivel global/ local, Analiza critică a discursului mediatic, Documentarul în mediile noi şi în cele tradiționale, Politicile de media în Europa Centrală şi de Est etc.

Admiterea:

1. Probă eliminatorie: testarea orală a competenței lingvistice în limba engleză.
2. Proba scrisă: proiect de cercetare (aprox. 12.000 de semne) din profilul programului masteral (Proiectul de cercetare va fi redactat în limba engleză şi se va depune la înscriere).
3. Proba orală: susținerea proiectului în fața comisiei (Proba orală va fi susținută în limba engleză).

Director de program: Conf. univ. dr. Ruxandra Boicu
ruxandra-ileana.boicu@fjsc.ro

Istoria ideilor, mentalităților și culturii de masă (sec. XIX-XXI) (IF)

NOU

Master de cercetare, FJSC și Facultatea de Istorie

Programul de studii **Istoria ideilor, mentalităților şi culturii de masă (sec. XIX-XXI)***, oferit prin cooperarea dintre Facultatea de Istorie şi Facultatea de Jurnalism şi Ştiințele Comunicării, îşi propune să îmbine cunoaşterea istorică, înțelegerea teoretică şi analiza practică a unor probleme complexe ale culturii moderne şi contemporane, precum şi a interdependenței dintre „cultura de masă", „cultura înaltă" şi „cultura populară".

Structurat trans-disciplinar, programul va oferi studenților o experiență de învățare de calitate, atractivă şi stimulativă, sincronă cu cele mai bune programe de acest fel din lume. Absolvenții săi vor beneficia de competențe variate şi o gamă largă de posibilități de continuare a formării la nivel doctoral sau de angajare pe piața muncii. Prin puternica sa componentă de cercetare şi caracterul său pluri-disciplinar, programul va asigura o bază solidă pentru studii doctorale nu doar în domeniul istoriei, ci practic în aproape oricare dintre domeniile aparținând ştiințelor umaniste şi ştiințelor sociale. Totodată, aceia dintre absolvenții săi care vor opta pentru o carieră profesională ce nu necesită studii doctorale prealabile, vor avea competențe care le vor permite exercitarea cu succes a unor profesii diverse, atât în învățământ, cercetare, mass-media, instituții muzeale şi edituri, cât şi în alte instituții interesate în expertiza lor de analiză avansată a complexității relațiilor sociale.

Mai multe informații despre acest program masteral puteți să găsiți pe site-urile celor două facultăți: **www.fjsc.unibuc.ro** şi **www.istorie.unibuc.ro**

*Program in curs de acreditare

Director de program: Prof. univ. dr. Bogdan Murgescu
bogdan.murgescu@istorie.unibuc.ro

FJSC 25 ANI
FACULTATEA DE JURNALISM ŞI ŞTIINȚELE COMUNICĂRII

UNIVERSITATEA DIN BUCUREŞTI

Facultatea de Jurnalism și Științele Comunicării

© foto: Dreamstime

Studii de Masterat

Anul universitar 2015-2016

- **Campanii de Comunicare în Relații Publice și Publicitate** (IF)
- **Comunicare Corporativă** (IF și IFR)
- **Jurnalism Politic** (IF)
- **Jurnalism Tematic** (IF și IFR)
- **Managementul Instituțiilor Media** (IF)
- **Médias, développement et société** (IF), în limba franceză
- **Producție multimedia și audio-video** (IF)
- **Teorii și Metode de Cercetare în Științele Comunicării** (IF)
- **Media, Public Communication and Globalization** (IF), în limba engleză
- **Istoria ideilor, mentalităților și culturii de masă (sec. XIX-XXI) (NOU)**

www.fjsc.unibuc.ro

Campanii de Comunicare în Relații Publice și Publicitate (IF)

Acest program de master oferă cunoştiinţele şi dezvoltă abilităţile necesare exercitării profesiei de specialist în relaţii publice şi în publicitate în cadrul departamentelor de comunicare, firmelor de relaţii publice şi agenţiilor de publicitate etc. Studenţii dobândesc competenţele cerute de numeroase tipuri de activităţi de relaţii publice precum: conceperea şi redactarea diferitelor mesaje (comunicate de presă, interviuri, scrisori); menţinerea unor relaţii de colaborare cu reprezentanţii mass-media (activitate specifică purtătorilor de cuvânt); cercetarea (analiza mesajelor, analiza opiniei publice, monitorizarea unor programe); conceperea şi implementarea planurilor de campanie de promovare a imaginii (unei organizaţii, unui produs, unei personae); gestionarea eficientă, din perspectiva comunicării, a situaţiilor de criză cu care se pot confrunta instituţiile. De asemenea, ei vor avea competenţe în publicitate: creative writing, media planning, publicitate online, gândire strategică în publicitate, construirea şi promovarea unui brand, campanii de publicitate.

Specificul şi unicitatea acestui master derivă din îmbinarea cursurilor de publicitate şi relaţii publice, ţinute în marea lor majoritate de specialişti reputaţi din aceste profesii: astfel, studenţii au acces nu numai la baza teoretică, ci şi la experienţa profesională a unor lideri în domenii.

Cursuri: Introducere în creativitatea publicitară, Arhetipuri în publicitate şi relaţii publice: tehnici de persuasiune simbolică, Creative writing, Publicitate online, Tehnici de comunicare publică, Planificare strategică în comunicare, Comunicarea cu presa, Media planing, Campanii în Relaţii Publice, Proiect de cercetare de relaţii publice, Comunicarea de criză, Branding, Lobby, Relaţii publice sectoriale, Campanii în Publicitate.

Admiterea constă în două probe: examen scris (din bibliografie) şi interviu.

Director de program: Prof. univ. dr. Cristina Coman
cristinacoman2004@yahoo.com

Jurnalism Politic (IF)

Acest masterat este destinat celor interesaţi de redarea mediatică a politicului, de analiza şi comunicarea politică, de analiza politicilor anti-discriminare şi pentru egalitate de şanse. Masteratul îmbină abordări din ştiinţele politice, sociologie, jurnalism, precum şi experienţe concrete de comunicare politică şi campanie electorală, structura curriculară fiind inter şi trans-disciplinară. Planul de învăţământ cuprinde un set de discipline de specialitate care să ofere studenţilor instrumentele pentru analiza modulului în care mass-media participă la configurarea sferei publice şi a celei politice. Acesta oferă totodată o perspectivă din interiorul politicii pentru cei care vor să înţeleagă cum funcţioneaza ea dincolo de aparenţe, oferind premisele pentru o relaţie constructivă între media şi liderii politici.

Cursuri (selecţie): Mass media şi sfera publică; Leadership politic; Gen şi politică; Partide şi sisteme de partide; Campaniile electorale şi televiziunea; Comunicare politică; Proiecte de cercetare în jurnalism şi comunicare politică; Marketingul campaniilor electorale; Tehnici de comunicare publică.

Absolvenţii vor putea: să ofere consultanţă instituţiilor guvernamentale, partidelor politice şi celor care doresc să se ridice în politică; să urmărească informarea corectă a cetăţenilor asupra politicii, dar şi ridicarea agendei cetăţenilor pe agenda instituţiilor şi a actorilor politici; să poată preda cursuri în domeniu; să susţină în spaţiul public proiectele partidelor, instituţiilor şi ONG-urilor care respectă valorile democratice.

Admiterea:

a) Proba scrisă: proiect (circa 12000 de semne) din profilul programului masteral.

b) Proba orală: susţinerea proiectului în faţa comisiei, precum şi prezentarea argumentelor privind motivaţia de a urma acest program de masterat..

Director de program: Conf. univ. dr. Oana Băluţă
oana.baluta@fjsc.ro

Managementul Instituţiilor Media (IF)

Acest program funcţionează în Facultatea de Jurnalism şi Ştiinţele Comunicării începând cu anul 1997, este primul program de masterat din FJSC şi singurul din ţară de acest profil.

Programul oferă competenţe în gestionarea resurselor întreprinderilor de presă, în distribuţie şi promovare, în jurisprudenţa mass-media, în comunicarea internă şi în comportamentul organizaţional.

Cursuri: Managementul general; Marketing online; Strategii de comunicare în organizaţia media; Management de proiect; Organizare redacţională şi strategii editoriale în presă; Marketing în mass-media; Managementul instituţiilor media; Discursul media; Producţie în televiziune; Gestiunea trusturilor; Studii de piaţă pentru lansarea unui produs media.

Programul de masterat urmăreşte să formeze profesionişti capabili să-şi asume cea mai mare parte a sarcinilor curente în zona managementului de mijloc şi a celui operaţional, dar şi a celor specifice profesiei de jurnalist. Profesiile vizate prin programul de masterat: moderator, producator, realizator de radio-tv, editor, redactor-şef.

Admiterea:

a) Proba scrisă: proiect (circa 12000 de semne) din profilul programului masteral.

b) Proba orală: susţinerea proiectului în faţa comisiei.

Director de program: Prof. univ. dr. Luminiţa Roşca
luminita.rosca@fjsc.ro
lumirosca@yahoo.com

Comunicare Corporativă (IF și IFR)

Programul de masterat este construit în jurul a trei cuvinte-cheie: comunicare, resurse umane şi management.

Masteratul urmăreşte să formeze profesionişti capabili să-şi asume cea mai mare parte a sarcinilor curente din departamentul de resurse umane, dar şi să poată conduce o agenţie de consultanţă în resurse umane sau să lucreze într-o agenţie de recrutare de personal ori într-o echipă multidisciplinară de formatori, în cadrul firmelor specializate sau în departamente ale marilor instituţii.

Cursuri: Cultura organizaţională; Management general; Leadership şi managementul resurselor umane; Recrutarea şi selecţia personalului; Resurse umane şi Internet; Dezvoltarea personalului din organizaţie; Principii ale comunicării eficiente; Psihosociologia schimbării în organizaţie; Evaluarea randamentului resurselor umane; Negocierea şi rezolvarea conflictelor în organizaţie; Elemente de dreptul muncii; Managementul de proiect; Comunicarea internă în organizaţii; Managementul crizei în organizaţii; Proiect de cercetare în domeniul metodelor de cercetare în resurse umane; Proiect de cercetare în domeniul managementului resurselor umane.

Admiterea (IF şi IFR):

a) Proba scrisă: proiect (circa 12000 de semne) din profilul programului masteral.

b) Proba orală: susţinerea proiectului în faţa comisiei.

În proiectul de cercetare candidatul propune ca obiect de studiu/analiză un aspect practic/teoretic din domeniul comunicării (corporative).

Director de program: Prof. univ. dr. Viorica Păuş
viorica.paus@fjsc.ro

Jurnalism tematic (IF și IFR)

Domeniul jurnalismului specializat şi de nişă, care se bucură de un interes crescut şi în ţările Uniunii Europene, implică o relaţionare a staff-urilor editoriale cu departamentul de marketing, o bună inserţie în sfera managementului, o cunoaştere aprofundată a procedurilor profesionale şi deschiderea către noile tehnologii şi noile profesii din domeniul jurnalismului. Acest program de masterat răspunde nevoilor pieţei presei din România care s-a dezvoltat în ultimii ani, în principal pe linia diversificării şi a specializării. În această perspectivă, programul contribuie la formarea de profesionişti mai bine inseraţi în profesie, mai mobili şi mai adaptaţi la aceste schimbări. Experienţa instituţiei noastre din ultimii ani certifică faptul că domeniile de activitate subsumate jurnalismului specializat se pot extinde şi consolida chiar şi în condiţiile mai puţin favorabile ale unei perioade de recesiune economică, oferind oportunităţi profesionale absolvenţilor acestei specializări.

Cursuri: Jurnalism social, Dezbaterea în jurnalismul de televiziune, Jurnalism de mediu, Crearea unei publicaţii, Jurnalism european, Corespondentul de presă, Jurnalism religios, Transmisiunea în direct, Jurnalism feminin, Jurnalism economic, Jurnalism cultural, Jurnalism sportiv, Mass media şi industriile culturale, Jurnalism de investigaţie, Jurnalism şi protecţia categoriilor defavorizate, Proiect de cercetare privind genurile jurnalismului specializat, Proiect aplicativ privind producţia (emisiune radio/tv, ziar, revistă, site) în domeniul jurnalismului specializat.

Admiterea (IF şi IFR):

a) Proba scrisă: un comentariu plecând de la exemple din presa naţională şi internaţională pe una din următoarele teme la alegere:

- Verificarea şi încrucişarea surselor de informare într-un material jurnalistic;
- Relevanţa paragrafelor introductive – lead/ intro – pentru conţinutul materialului jurnalistic;
- Interesul public în presa specializată.

Lucrarea (de maximum 10 000 de caractere fără spaţii) va respecta standardele academice de redactare. Aceasta se va depune odată cu dosarul de înscriere.

b) Proba orală: un interviu pe baza unei tematici din bibliografia obligatorie (M. Coman, coord., *Manual de Jurnalism*, ediţia a III-a, Iaşi, Polirom, 2009).

Director de program: Prof. univ. dr. Mirela Lazăr
mirela.lazar@fjsc.ro

Médias, développement et société (IF)

În limba franceză **cu sprijnul financiar şi logistic al AUF** - Agence Universitaire de la Francophonie, Bureau Europe Centrale et Orientale

Orientarea profesională a acestui program este concepută din perspectiva unei duble exigenţe: asigurarea unei specializări care să permită diverse posibilităţi de inserţie profesională a absolvenţilor în context românesc (jurnalişti specializaţi în probleme de dezvoltare durabilă, jurnalism civic etc.) şi european (CE, Parlamentul european).

Cursuri: Comunicarea în organizaţii; Multiculturalism şi relaţii interetnice; Modernitate şi dezvoltare durabilă; Teorii moderne ale comunicării; Metode de cercetare în ştiinţele comunicării; Jurnalism şi dezvoltare durabilă; Managementul de proiect; Gen şi mass media; Comunicare politică; Jurnalism specializat; Comunicare şi dezvoltare durabilă (ONG); Antropologia mass media; Noile tehnologii şi dezvoltarea durabilă; Analiza discursului; Industriile culturale; Comunicare, resuse umane şi lidership; Comunicare şi globalizare; Conceperea şi realizarea unei campanii de comunicare.

Programul se desfăşoară integral în limba franceză şi are ca public studenţi români şi străini interesaţi de noile practici jurnalistice, noile tehnologii, dezvoltare durabilă şi comunicare interculturală, apţi să se integreze în instituţii politice, de presă europene. În spaţiul universitar românesc acest program masteral introduce un domeniu care nu beneficiază încă de un program de specializare: jurnalismul şi comunicarea în perspectiva dezvoltării durabile şi a noilor tehnologii înţelese într-o perspectivă dinamică.

Admiterea:

a) Test de limba franceză.

b) Proba scrisă: proiect (circa 12000 de semne) din profilul programului masteral.

c) Proba orală: susţinerea proiectului în faţa comisiei.

Proiectul de cercetare va fi redactat în limba franceză. Proba orală va fi susţinută în limba franceză.

Director de program: Prof. univ. dr. Daniela Frumuşani
danifrumusani@yahoo.com