

STRATEGIA

Facultății de Jurnalism și Științele Comunicării

2016 – 2020

I. Elementele defnitorii

<i>VIZIUNE</i>	FJSC este cea mai mare redacție, cea mai mare agenție de relații publice și una dintre cele mai mari agenții de publicitate din România, unde studenții se pregătesc pentru a deveni motoarele de creștere ale industriilor culturale naționale și europene.
<i>MISIUNE</i>	<p>Mission Statement implementat în 1993 afirmă:</p> <p>Facultatea de Jurnalism și Științele Comunicării își propune:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Să prezinte studenților bazele comunicării de masă, tehnicile și exigențele morale ale jurnalismului, înțelese ca reflectarea curentă și rațională, prin presa scrisă sau audiovizuală a evenimentelor. FJSC oferă posibilitatea aprofundării cunoștințelor în domeniul comunicării de masă cu aplicații în sfera relațiilor publice și a publicității. • Să îmbunătățească, în societatea noastră, gradul de înțelegere a caracteristicilor mass-media moderne și a mecanismelor comunicării publice, prin instruire, posibilități variate de studiu, conferințe, publicații proprii și alte mijloace. • Să ofere studenților, profesorilor și personalului tehnic și administrativ un climat intelectual favorabil, să le creeze satisfacții profesionale, un climat de sprijin și cooperare, siguranță și colegialitate, care să încurajeze activitatea de cercetare și creație. Spațiul academic permite accesul la valorile majore ale culturii și prin aceasta, șansa construcției intelectuale, a dezvoltării unei gândiri libere. • Să contribuie la cultivarea onestității și a competenței în mass-media și comunicarea publică, prin promovarea profesionalismului, în dubla lui ipostază de sumă a deprinderilor tehnice și de ansamblu de valori etice.
<i>VALORI</i>	Organizarea activităților de tip universitar în spiritul unor valori precum descentralizarea, încurajarea inițiativelor, accentul pus pe asigurarea calității, stimularea acțiunilor de tip “accountability”, utilizarea rațională a resurselor existente.

II. Analiza SWOT în domeniile majore

Sunt abordate sintetic următoarele domenii: educație (academic, internaționalizare), cercetare științifică, management și administrație (managementul calității, resurse umane, resurse patrimoniale, resurse financiare), dezvoltarea socială (relația cu mediul de afaceri, comunicare instituțională).

Educație

<p>Puncte tari</p> <p>1. Calitatea corpului profesoral, format din cadre didactice cu experiență în domeniu, aureolate de realizări de referință, care sunt modele pentru alte școli și echipe pedagogice (manuale de profil, cercetări științifice, programe analitice, tehnici de predare etc)</p> <p>2. Calitatea Planurilor de învățământ, construite prin adecvarea la exigențele europene (procesul Bologna), la specificul formării în domeniile comunicării și la peisajul educațional românesc;</p> <p>3. Acoperirea integrală atât a tuturor formelor de pregătire, prin programele de licență, master (zi și ID) și prin școala doctorală, cât și a domeniului științele comunicării prin specializările jurnalism, relații publice și publicitate – FJSC este singura instituție universitară din România care realizează o asemenea convergență.</p> <p>4. Calitatea studenților, admiși la facultate, printr-un examen exigent și adecvat în urma unei concurențe de 8-11 pe loc în ultimii 10 ani;</p> <p>5. O imagine foarte bună printre candidați și în mediul profesional</p>	<p>Puncte slabe</p> <p>1. Lipsa spațiilor de instruire adecvate, în același corp de clădire, necesare facultății, în perspectiva creșterii constante a solicitărilor candidaților pentru locurile cu plată din facultate;</p> <p>2. Dificultățile de ordin legislativ care limitează posibilitățile de atragere de colaboratori din profesie și din alte activități specifice</p> <p>3. ”Fabricarea” de programe și cursuri pentru a fi create norme de concurs (profesor și conferențiar), cursuri care repetă, sub denumiri diferite, cursurile existente. Acest lucru a stârnit reacții negative din partea studenților și este un motiv al abandonului unui număr mare de studenți în regim cu taxă</p> <p>4. Concurența nelocală în interiorul Universității din București, prin încurajarea creării și dezvoltării de departamente care oferă pregătire în domeniile academice specifice FJSC;</p>
<p>Oportunități</p> <p>1. Existența unui corp profesoral tânăr (media de vârstă a FJSC este în jur de 40 de ani), care a câștigat o dublă expertiză și legitimitate prin activitatea în profesiile comunicării și prin activitatea didactică</p> <p>2. Numărul mare de cadre didactice active în schimburile ERASMUS, fapt care poate conduce la deschiderea către direcțiile actuale din învățământul universitar de profil</p> <p>3. Schimbările rapide de pe piața muncii și din mediul profesional, pe plan uman și tehnologic ; acest fapt oferă oportunități de dezvoltare flexibilă a programelor și de inovare academică ;</p> <p>4. Transformarea FJSC într-un partener de discuție, de analiză și dezvoltare pentru mediul profesional</p> <p>5. Un accent din ce în ce mai mare pe antreprenoriat în industriile culturale.</p>	<p>Amenințări</p> <p>1. Lipsa unei investiții egale din partea tuturor membrilor corpului academic în viața universitară ; datorită unor motive variate (între care, poate, cel mai important este oferta financiară mai atractivă a celui de al doilea job) unele cadre didactice titulare sau asociate au fost exmatriculate de la doctorat pentru nepromovarea examenelor (George Popescu, Horia Moraru, Alexandru Brăduț Ulmanu), iar o altă parte a colegilor nu a fost implicată în niciun program de cercetare</p> <p>2. Nivelul scăzut al formării liceale: acest fapt ne obligă la o re-orientare a unor seminare fundamentale, de la transferarea competențelor profesionale, la acoperirea golurilor moștenite din erorile programelor de învățământ pre-universitare sau din activitatea neprofesională a unor dascăli din acest sistem</p> <p>3. O degradare a mediului profesional, ca efect al crizei financiare: redacțiile sunt din ce în ce mai sărace, clienții agențiilor de publicitate și relații publice au bugete din ce în ce mai reduse, cu efecte asupra comunicării publice în general și a atractivității unei cariere pentru studenții FJSC, în special.</p>

Cercetare științifică

<p>Puncte tari</p> <p>1. Calitatea cercetării promovată de majoritatea cadrelor didactice, care plasează FJSC într-o elită științifică pe plan național și internațional; temele de cercetare sunt racordate în esență la temele dezbătute în mediile științifice internaționale</p> <p>2. Forța școlii doctorale în științele comunicării, instituție de referință în România, calitatea tezelor și materialelor publicate de doctoranzi</p>	<p>Puncte slabe</p> <p>1. Lipsa de investire a unor profesori și conferențieri care nu aplică la granturi și nu creează echipe de cercetare</p> <p>2. Nivelul cercetării în științele comunicării din țară – FJSC nu are un competitor real pe plan local</p> <p>3. Mediul profesional nu consideră academia un partener de dialog în ceea ce privește cercetarea (așa cum se întâmplă, de exemplu, în industria</p>
--	---

3.Prestigiul FJSC în mediul academic internațional; acest fapt oferă oportunități de dezvoltare a unor parteneriate, prin lansarea de aplicații pentru granturi internaționale, amplificarea mobilităților academice.	farmaceutică)
<p>Oportunități</p> <p>1.Existența unor forumuri de promovare a cercetării create de FJSC: seria de conferințe internaționale ”Understanding Transition” și ”Media and Religion”, precum și publicațiile ”Revista Română de Jurnalism și Comunicare” și ”Styles of Communication”, indexate BDI</p> <p>2. Existența conferințelor tematice organizate în cadrul proiectelor de cercetare (de exemplu, proiectul Tinere Echipe, proiect în desfășurare)</p> <p>3. Premiarea rezultatelor cercetării prin programul PRECISI (UEFISDCI) – premiarea articolelor ISI scrise de cercetătorii de la FJSC</p>	<p>Amenințări</p> <p>1.Lipsa unor gratificații materiale și simbolice, în special pentru tinerii noștri colegi: existența unor salarii în continuare necompetitive în raport cu piața muncii din profesiile comunicării, poate genera migrarea în alte domenii a unor cadre didactice în care s-a investit pentru formarea academică și științifică;</p> <p>2. Taxele percepute pentru publicarea unor articole în reviste din străinătate.</p> <p>3. Birocratizarea excesivă a liniilor de finanțare în cercetare</p>

Management și administrație

<p>Puncte tari</p> <p>O cultură organizațională puternică, ce se manifestă prin acțiuni comune, evenimente ale cadrelor didactice (de la sesiuni științifice, la sărbători interne legate de onomastici și evenimente din viața colegilor) + organizarea constantă de evenimente pentru studenți (festivitatea de deschidere a anului academic, balurile bobocilor, de Halloween, de Crăciun, Serile FJSC, Caravana FJSC, participările la Târgul Educației)</p>	<p>Puncte slabe</p> <p>1.Existența unui deficit financiar surprinzător de mare, care poate bloca inițiativele de dezvoltare a FJSC</p> <p>2.Lipsa spațiilor de instruire <i>proprie</i> necesare facultății, în perspectiva existenței solicitărilor candidaților pentru locurile cu plată oferite de facultate;</p> <p>3. Circuit informațional complicat și ineficient la nivelul Secretariatului, atitudine sfiidătoare la adresa studenților</p>
<p>Oportunități</p> <p>– Nu se întrevăd</p>	<p>Amenințări</p> <p>1.Existența unor dificultăți de ordin birocratic în investirea fondurilor proprii în softuri și echipamente;</p> <p>2. ”Blocarea în proiect” (de secol XIX): generațiile actuale de candidați și de studenți sunt obișnuite să primească și să distribuie informație pe Internet, să interacționeze cu procese administrative automatizate (cum este, de exemplu, plata unui serviciu online), dar universitatea nu folosește aceste abilități în propriul ei avantaj</p>

Relația cu societatea

<p>Puncte tari</p> <p>1.Calitatea relației cu mediul profesional, relație concretizată prin prezența la cursuri, seminare și laboratoare în calitate de cadre didactice asociate a unui mare număr de profesioniști cu vizibilitate și prestigiu în mass-media, relații publice și publicitate;</p> <p>2 Parteneriatele cu instituțiile media și cu agențiile de PR și publicitate în vederea asigurării programelor de practică sau stagii pentru studenți</p> <p>3. Existența unui <i>brand</i> FJSC, recognoscibil prin elemente simbolice (siglă, culori, stil de acțiune etc) ;</p>	<p>Puncte slabe</p> <p>1.Un dezinteres al mediului profesional pentru rezultatele cercetării academice</p>
<p>Oportunități</p>	<p>Amenințări</p>

<p>1.Existența pe piața muncii a unei oferte constante și de interes pentru toate categoriile de absolvenți ai facultății; facultatea se bucură de respectul instituțiilor mass media, de relații publice și de publicitate, care apreciază competențele profesionale ale absolvenților noștri</p> <p>2.Menținerea interesului publicului pentru profesiile din domeniul comunicării : acest fapt oferă șanse de dezvoltare a programelor (în special la nivel formării adulte) și de menținere a unor surse de finanțare extra-bugetare constante</p>	<p>1.O degradare a mediului profesional, ca urmare a relansării greoaie a economiei, după criza din 2008-2009.</p>
--	--

Particularitate strategică:

Fjisc este instituția fanion din România în ceea ce privește formarea universitară în jurnalism, relații publice, publicitate, pecum și în formarea doctorală și cercetarea științifică din sfera științelor comunicării.

III. Planul strategic - Obiective, ținte și acțiuni specifice – termen lung, mediu și scurt

Scop:

Domenii, obiective și sub-obiective pe termen lung, mediu și scurt

1. Domeniul Academic

Termen lung

Lansarea unui program coerent de re-organizare a programelor și, mai ales, a conținuturilor disciplinelor, pentru a ne adapta la provocările digitalizării, pentru a pregăti studenți care posedă competențele necesare în construcția de mesaje multimedia (specifice fenomenului de convergența media) și în elaborarea de produse de comunicare adecvate specificului "new media" și "social media".

Termen mediu și scurt

Promovarea de manuale și "readers" in format digital; este bine știut că FJSC a produs manualele de bază pentru învățământul românesc de jurnalism și comunicare; consider că este cazul să depășim această etapă și să pregătim și lansăm produse didactice format E-books, multimedia, accesibile pe orice platformă (de la calculator la telefonul mobil);

Dezvoltarea de proiecte și chiar programe (mai ales la nivel de mastere) în colaborare cu alte facultăți ale Universității din București; acesta este/ar trebui să fie un proces firesc în condițiile apariției de job-uri care solicită o pregătire interdisciplinară și în care punerea în comun a resurselor nu poate fi decât benefică pentru dezvoltarea facultăților și a universității

2. Internaționalizare

Termen lung

Creșterea vizibilității internaționale a FJSC, pentru a recâștiga prestigiul internațional de care facultatea noastră a beneficiat: reintegrarea în asociațiile academice și profesionale de profil, susținerea participării studenților la manifestările internaționale, promovarea performanțelor FJSC etc;

Termen mediu și scurt

Dezvoltarea relațiilor cu facultățile străine și identificarea de noi parteneri și noi programe internaționale; lărgirea ariei parteneriatelor, în special pe teren american și inițierea de noi programe de mobilitate pentru studenți și cadre didactice; Susținerea și amplificarea schimburilor ERASMUS;

3. Cercetare științifică

Termen lung

Obținerea premiului Nobel

Termen mediu și scurt

Încurajarea performanțelor științifice ale cadrelor didactice, prin crearea unei sinergii a cercetării în jurul tematicilor de actualitate din cercetarea occidentală și prin întărirea bazelor logistice pentru implicarea tuturor colegilor în proiecte de cercetare.

4. Managementul calității

Termen lung

Aplicarea mecanismelor de asigurare a calității, prin implicarea constantă a Comisiei de calitate în viața academică a FJSC; evitarea formalismului prin crearea unui cadru adecvat pentru evaluarea performanțelor didactice de către colegi (“peer evaluation”) și de către studenți.

Termen mediu și scurt

Amplificarea mecanismelor instituționale de circulație a informației, în special în spațiul digital, pentru a asigura transparența deciziilor și transmiterea rapidă a informațiilor importante

5. Resurse umane

Termen lung

Refacerea solidarității comunității academice; inițierea de proiecte comune între departamente, armonizarea acțiunilor acestora, întâlniri de reflecție academică, grupuri de cercetare interdisciplinară etc; Instaurarea solidarității colegiale, corelate cu un spirit sănătos de competiție.

Termen mediu și scurt

Sprijinirea perfecționării academice a tinerilor membri ai corpului profesoral și, corelat, crearea de posturi corespunzătoare nevoilor procesului de învățământ; atragerea și formarea unor noi tinere cadre didactice în spiritul valorilor academice și al identității FJSC; utilizarea Scolii doctorale în științele comunicării și ca un laborator al formării pedagogice;

6. Resurse patrimoniale

Termen lung

Termen mediu și scurt

Rezolvarea crizei de spațiu cu care se confruntă FJSC – deși în mandatele anterioare am identificat și aplicat soluții care asigurau și asigură minimul de spațiu în cadrul clădirilor UB, este nevoie de un spațiu propriu, adecvat dezvoltării și prestigiului facultății noastre; în acest sens preconizez lansarea unei campanii de sensibilizare și depunerea unor aplicații pentru fondurile necesare construirii (sau renovării) unei clădiri, cu spațiile și dotările necesare unei vieți academice normale.

7. Resurse financiare

Termen lung

Lărgirea surselor de finanțare

- a. voi verifica periodic și cu strictețe procesul de strângere a taxelor de studiu;
- b. voi sprijini colegii care elaborează și depun aplicații pentru diferitele tipuri de programe de finanțare, naționale și internaționale;
- c. voi amplifica eforturile de fundraising în beneficiul FJSC;

Termen mediu și scurt

Controlarea eficienței modului de utilizare a resurselor financiare:

- a. voi veghea la eliminarea cheltuielilor nejustificate;
- b. voi urmări cu atenție procesele de achiziție, astfel încât să fie obținut un raport preț/calitate adecvat;
- c. voi orienta investițiile către softuri și programe performante, prin limitarea tendinței de creștere extensivă (achiziționarea nediferențiată de harduri);
- d. voi reveni la modelul aplicat în mandatele anterioare de asigurare a transparenței cheltuielilor din fondul de venituri extra-bugetare ale FJSC, prin afișarea lor periodică pe siteul facultății;
- e. voi solicita conducerii Universității, dacă și când este cazul, corectarea erorilor de calcul referitoare la unele cheltuieli ale FJSC

8. Relația cu mediul de afaceri

Termen lung

Continuarea politicii de armonizare a programelor academice cu cerințele profesiilor din sfera comunicării – menținerea și accentuarea dimensiunii practice a procesului formativ, creșterea ponderii disciplinelor de specialitate. În acest scop vom valoriza experiența cadrelor noastre didactice active și în profesiile comunicării și vom integra în procesul didactic specialiștii reputați din jurnalism, relații publice, publicitate

Termen mediu și scurt

Reușita inserției profesionale a absolvenților nostri depinde ȘI de imaginea FJSC în mediile profesionale:

- a. Crearea unei structuri instituționale care să grupeze absolvenții facultății (alumni) și inițierea unor campanii de promovare în care aceștia să fie mesagerii valorilor promovate de FJSC;
- b. Conceperea și organizarea de întâlniri periodice cu angajatorii, pentru a afla care sunt așteptările și exigențele acestora, dar și pentru a face cunoscute competențele absolvenților nostri;
- c. Dezvoltarea protocoalelor de colaborare cu diferite instituții pentru a asigura perioade stabile și la standarde înalte de internship profesional.

9. Comunicarea instituțională

Termen lung

Instituționalizarea formelor de dialog cu studenții pentru ameliorarea calității și eficienței procesului formativ; crearea unor sisteme de "accountability" care să implice studenții;

Termen mediu și scurt

Asigurarea stabilității de funcționare a FJSC – respectarea cu strictețe a cadrului regulamentar existent și evitarea interpretărilor conjuncturale a acestor prevederi;

Asigurarea vizibilității activității/produselor realizate de studenți prin ”publicizarea” materialelor jurnalistice, de relații publice și de publicitate pe un site dedicat (platforma) FJSC; promovarea acestor produse în mediul profesional.

Indicatori și ținte corespunzătoare obiectivelor

<i>Nr.crt.</i>	<i>Indicatori</i>	<i>Ținte</i>	<i>Termen</i>
Educație			
1.	Număr total de studenți pe cicluri de studii și pe programe		
2.	Număr de candidați înscriși la examenul de admitere pe cicluri de studii și programe		
3.	Număr admiși pe cicluri de studii și programe		
4.	Număr programe de studii autorizate și acreditate		
5.	Număr programe de studii funcționale (active)		
6.	Număr total de discipline opționale incluse în planul de învățământ, pe cicluri de studii și programe		
7.	Raportul între numărul absolvenților, care au promovat examenul de licență/disertație/doctorat, pe cicluri și programe de studii pe numărul de studenți admiși la începutul ciclului		
8.	Număr studenți la master care provin din licențiatii facultății, indiferent de promoție		
9.	Număr studenți la master care provin din licențiatii altor facultăți ale Universității din București		
10.	Număr studenți la master care provin din licențiatii altor universități		
11.	Număr total de posturi didactice din statele de funcții		
12.	Număr cadre didactice titulare la nivel de facultate		
13.	Număr cadre didactice asociate la nivel de facultate		
14.	Număr cadre didactice titulare care înregistrează minim calificativul “Bine” la evaluarea de către studenți		
15.	Număr programe de studii cu predare integrală în limbi străine la nivel de cicluri		
16.	Număr studenți străini înmatriculați, pe cicluri de studii și programe		
17.	Număr cadre didactice străine invitate la facultate pentru minimum echivalentul unui curs		
18.	Număr cadre didactice Erasmus - incoming		

19.	Număr cadre didactice Erasmus - outgoing		
20.	Număr doctorate în cotutelă la nivel național finalizate la sfârșitul anului universitar		
21.	Număr doctorate în cotutelă la nivel internațional finalizate la sfârșitul anului universitar		
22.	Număr conducători de doctorat cuprinși la școala doctorală din cadrul facultății		
23.	Număr programe postuniversitare		
24.	Număr programe integrate derulate de minim două facultăți		
25.			
26.			
27.			
28.			
Cercetare științifică			
1.	Număr cadre didactice cu normă întreagă de cercetare fără normă didactica		
2.	Număr cercetători angajați cu norma de baza		
3.	Număr total conferințe organizate cu participare internațională de minimum 20%, la nivel de facultate		
4.	Număr total manifestări științifice organizate la nivel de facultate (altele decât cele de la pct.3)		
5.	Număr cărți de autor și în colaborare		
6.	Număr volume coordonate		
7.	Număr capitole în cărți publicate la edituri naționale și internaționale		
8.	Număr articole publicate în reviste indexate Web of Science		
9.	Număr studii în volume ale unor conferințe indexate ISI (ISI Proceedings)		
10.	Număr de reviste indexate ISI ale facultății		
11.	Număr de reviste BDI ale facultății (<u>minim 3 baze de date</u>)		
12.	Număr articole în reviste indexate BDI (conform metodologiei CNATDCU)		
13.	Număr proiecte de cercetare cu finanțare națională, din fonduri publice		
14.	Număr proiecte de cercetare cu finanțare națională, din fonduri private		
15.	Număr proiecte de cercetare cu finanțare internațională		
16.	Număr brevete și invenții		

17.	Numărul total de studenți (licență, master, doctorat) care au participat ca autori/co-autori la articole științifice, cărți, capitol de carte (indiferent de locul publicării)		
18.			
19.			
20.			
Management și administrație			
1.	Număr prodecani		
2.	Număr membri în Consiliul Facultății (inclusiv studenți)		
3.	Număr personal didactic auxiliar angajat la nivelul facultății		
4.	Număr reclamații depuse la Secretariatul facultății		
5.	Număr metri pătrați spații de învățământ proprii utilizate pentru activitate didactică și cercetare științifică		
6.	Număr metri pătrați spații de învățământ aflate în administrare proprie (proprietate) și utilizate și de alte facultăți		
7.	Suma destinată investițiilor din veniturile proprii ale facultății		
8.	Număr de locuri în sălile de lectură ale bibliotecii facultății (filiala BCU)		
9.	Număr total de volume aflate în biblioteca facultății (filiala BCU)		
10.	Număr total de titluri aflate în biblioteca facultății (filiala BCU)		
11.	Număr cazuri vizând personalul din facultate care au făcut obiectul activității Comisiei de etică a Universității		
12.			
13.			
14.			
Relația cu societatea			
1.	Număr cadre didactice și cercetători titulari antrenați în elaborarea de politici publice (legi, proceduri, etc.)		
2.	Număr de reviste studențești		
3.	Număr programe/acțiuni de responsabilitate socială		
4.	Număr de alumni în baza de date a facultății		
5.	Număr evenimente culturale/artistice/sportive organizate la nivel de facultate		
6.	Număr de comunicate de presă trimise		

7.	Număr de companii tip spin-off		
8.			
9.			
10.			

Notă

1. Planul strategic va reflecta programul managerial al echipei manageriale și se va raporta la programul de management al rectorului. Este un document perfectibil. Activitatea unei facultăți are caracter de continuitate.
2. Responsabilii de implementarea planurilor strategice și operaționale sunt membrii echipelor manageriale. Aceste responsabilități pot fi ulterior divizate pe colective și membri ai comunității academice.
3. Facultățile pot identifica indicatori specifici.