

Universitatea din București

Facultatea

Raport de autoevaluare

2015 – 2016

2016

Cuprins

I. Introducere

- I.1. Echipa și responsabilitățile membrilor săi
- I.2. Prezentarea facultății
- I.3. Viziunea și misiunea
- I.4. Perspective profesionale

II. Capacitate instituțională

- II.1. Educație
- II.2. Cercetare științifică
- II.3. Management și administrație
- II.4. Interacțiunea cu societatea

III. Eficacitate instituțională

- III.1. Educație
- III.2. Cercetare științifică
- III.3. Management și administrație
- III.4. Interacțiunea cu societatea

IV. Managementul calității

- IV.1. Educație
- IV.2. Cercetare științifică
- IV.3. Management și administrație
- IV.4. Interacțiunea cu societatea

V. Analize interne și comparative

- V.1. Analiza SWOT
- V.2. Dinamici relevante în raport cu anii precedenți
- V.3. Analize comparative cu alte facultăți (benchmarking)

VI. Concluzii/Propuneri

- VI.1. Plan de măsuri
- VI.2. Priorități

I. Introducere

I.1. Echipa și responsabilitățile membrilor săi

Acest raport a fost redactat de către Comisia de calitate a Facultății de Jurnalism și Științele Comunicării, cu ajutorul serviciilor de secretariat și administrative:

Comisia de calitate: Prof. univ. dr. Mihai Coman, decan, președinte al Comisiei de Calitate; conf univ dr Camelia Cmeciu, prodecan, asigurarea calității și cercetare; conf. univ. dr. Raluca Radu, director Departament Jurnalism, conf univ dr Antonio Momoc, director Departament Comunicare.

Au oferit de asemenea date și consultanță: prof. univ. dr. Mirela Lazar, responsabil Erasmus, prof. univ. dr. Camelia Beciu, director al Școlii Doctorale în Științele Comunicării, lect. univ. dr. Valentin Vîlcu, prodecan cu activitatea studenților, Andreea Meșteru, secretar-sef, Mihaela Petrescu, administrator sef, lector dr. Valentina Boureanu, angajat al BCU la biblioteca FJSC.

Realități și măsuri manageriale

FJSC se confruntă în acest moment cu un dezechilibru financiar îngrijorător, concretizat la **finalul anului 2015** (nu avem date pentru 2016) prin un deficit de 1,343,298 lei, reprezentând o depășire a resurselor bugetare și din venituri proprii (îndatorare) de 43%. Veniturile din taxe au scăzut (între 2012-2015) datorită unei rate mari a exmatricularilor (inițiative voluntariste ale secretarei șefe) reprezentând 715 dintr-un total de 5.704 studenți, adică 10,90%; **aceasta a însemnat pierderi de aprox 2.145.000 lei, adică aproape dublul deficitului facultății.** Având în vedere faptul că numeroasele cereri și declarații ale studenților adresate noii conduceri dezvăluie faptul că multe (poate cele mai multe) exmatriculări au sancționat neaducerea la timp a chitanței în format hârtie (deși ea fusese trimisă scanată), ne putem întreba dacă nu cumva (cel puțin) 30% din deficit nu este produsul acestei politici rigide, agresive, practică de fosta conducere a FJSC.

De asemenea, la preluarea mandatului noua echipă de conducere a descoperit **o încărcare regretabilă a planurilor de învățământ cu discipline complementare și prin dublarea unor discipline cu altele, identice în conținut, dar "ambalate" în alte titluri.** Acest fapt conduce la: a) încărcarea unor colegi cu un număr foarte mare de activități în regim de plată cu ora; b) nemulțumirea studenților care se confruntau cu materii redundante; c) nemulțumirea reprezentanților profesiei, care reproșau scăderea competențelor și abilităților profesionale; d) creșterea costurilor pentru plată cu ora.

FJSC a aplicat cu rigoare și onestitate deciziile CA și Senatului UB pentru reducerea costurilor. FJSC a trecut la raționalizarea ofertei de cursuri și de seminarii prin:

- a. **cotă de 30% cursuri comune între specializări**
- b. **renunțarea la materii complementare**
- c. **comasarea unor discipline complementare într-una singură**
- d. **folosirea reprezentanților profesiei – acest lucru nu numai conferă prestigiu, dar aduce economii, deoarece aceștia sunt plătiți la valoarea minimă a grilei**

Precizăm că în anul universitar 2016-2017 statul de funcții a cunoscut o reducere a posturilor de aproape 10%. Estimăm că în anul univ 2017-2018 când aceste măsuri vor atinge și anul II, ponderea economiilor se va dubla

De asemenea FJSC a aplicat decizia Senatului de a efectua plata cu ora la nivel de lector, ceea ce ar trebui să conducă (chiar dacă și numai pentru cele 3 luni din finalul anului 2016) la anumite economii. În plus, FJSC a decis utilizarea doctoranzilor pentru efectuarea unor activități didactice (neplătite, conform prevederilor legale) – **precizăm că în primul semestru al anului universitar 2016-2017 orele efectuate de studenții doctoranzi au reprezentat 30 de ore pe săptămână – adică o economie în echivalentul a 2 norme de lector**

I.2. Prezentarea facultății

FJSC este prima facultate de jurnalism înființată în țară în 1990, fiind recunoscută pe plan național și internațional drept un spațiu al formării profesionale la cele mai înalte standarde. FJSC este acreditată de Agenția Română de Asigurarea Calității în Învățământul Superior (ARACIS) cu *grad înalt de încredere* și oferă posibilitatea formării profesionale, la nivel licență, pentru mass-media (radio, televiziune, presă scrisă, presă de agenție, jurnalism online) și pentru relații publice și publicitate. În 2015, oferta de programe masterale a ajuns la nouă programe, dintre care două în limbi străine.

FJSC își propune ca **profesionalismul și calitatea** să fie valori definitorii atât pentru profesori, în activitatea de cercetare și în cea didactică, cât și pentru studenți. Profesorii, studenții și absolvenții săi trebuie să manifeste o înaltă **responsabilitate civică** și să respecte principiile etice și deontologice.

PROGRAMELE DE STUDII OFERITE de FJSC la nivel licență:

Cursuri cu frecvență și învățământ la distanță, cu durata de trei ani :

1. Specializarea JURNALISM,
2. Specializarea COMUNICARE ȘI RELAȚII PUBLICE
3. Specializarea PUBLICITATE

Toate programele sunt acreditate ARACIS cu grad de încredere ridicat prin HG 575/2015 (licență).

Cadrele didactice din departamentul de **Jurnalism** posedă o experiență bogată de predare, se remarcă prin realizări de referință în sfera științifică națională și internațională și se manifestă activ în spațiul mediatic românesc. Consolidarea relației cu mediul profesional,

accentuarea dimensiunii vocaționale în procesul formativ sunt urmărite strategic în raport cu numeroasele tendințe ale pieței. Programul de studiu și planul de învățământ, adaptate noilor obiective educaționale centrate pe student, au în vedere dezvoltarea unor experiențe de învățare interactivă, motivaționale.

Specializarea **Comunicare și relații publice** oferă cunoștințele și dezvoltă abilitățile necesare exercitării profesiei de specialist în relații publice, în cadrul departamentelor de comunicare, firmelor de relații publice, birourilor de presă etc.

Studentii dobândesc competențele cerute de tipuri de activități precum: conceperea și redactarea diferitelor mesaje (comunicate de presă, interviuri, scrisori); menținerea unor relații de colaborare cu reprezentanții mass-media (activitate specifică purtătorilor de cuvânt); cercetarea (analiza mesajelor, analiza opiniei publice, monitorizarea unor programe); conceperea și implementarea planurilor de campanie de promovare a imaginii (unei organizații, unui produs, unei persoane), de promovare a unei idei și de responsabilitate socială; organizarea de evenimente (conferințe de presă, lansare de produse, aniversări, vizite de presă, expoziții etc.); consilierea și pregătirea unor lideri pentru apariții publice; producerea de reviste de întreprindere, pliante, broșuri; și, nu în ultimul rând, gestionarea eficientă, din perspectiva comunicării, a situațiilor de criză cu care se pot confrunta instituțiile.

În Facultatea de Jurnalism și Științele Comunicării, specializarea **Publicitate** se axează pe relaționarea teoriei cu practica, iar interesele studenților sunt canalizate în această direcție. Acest lucru este vizibil atât prin stagiile de practică promovate, dar și prin invitarea reprezentanților mediului profesional în cadrul cursurilor. De asemenea, se primesc permanent invitații de a participa la evenimente din mediul publicitar, ca de exemplu: Ziua Publicității la briefuri și la diverse competiții, între care se remarcă Ad-Venture organizată la nivel European de asociația de profil EACA.

Toate programele de master ale FJSC sunt acreditate ARACIS cu grad de încredere ridicat.

Campanii de comunicare în publicitate și relații publice

Comunicare corporativă

Jurnalism tematic

Jurnalism politic

Managementul instituțiilor mass media

Mass media, dezvoltare, societate (în limba franceză)

Media, comunicare publică și globalizare/ Media, Public Communication and Globalization (în limba engleză) I

Producție multimedia și audio-video

Teorii și metode de cercetare în științele comunicării

Cele noua programe de studii masterale vizează aprofundarea competențelor dobândite la nivel de licență dar și lărgirea acestora, astfel încât să fie concordante cu transformările și prioritățile societății românești și cu evoluțiile profesionale din spațiul european.

Școala Doctorală în Științele Comunicării (director, Prof. univ. dr. Mihai Coman), prin calitatea tezelor de doctorat sustinute și publicarea acestora la edituri de prestigiu, își aduce, de asemenea, o contribuție importantă la dezvoltarea cercetării științifice din domeniul științelor comunicării și din domenii conexe acestuia. Școala Doctorală în Științele Comunicării (SDSC) oferă viitorilor cercetători și cadre didactice universitare în domeniul

comunicării o formare riguroasă la cele mai înalte standarde internaționale și stimulează inițiative de cercetare determinate de nevoile tot mai diverse și crescânde ale societății românești. Prin concertarea programelor de formare în domeniul comunicării în România cu programe similare (la nivel de masterat și doctorat) din Europa și SUA (doctorat în co-tutelă), SDSC din FJSC contribuie la întărirea prestigului științific național și internațional al Universității din București în domeniul comunicării și sporește vizibilitatea Științelor comunicării prin lărgirea colaborării cu sectoarele public și privat (organizarea de cercetări, seminare, colocvii în parteneriat cu instituții cât mai diverse).

FJSC dispune de un colectiv de cadre didactice titulare bine pregătite care participă în fiecare an cu studii și cercetări la manifestări științifice naționale și internaționale. Conectarea permanentă cu profesia se face, printre altele, prin specialiștii din profesie asociați corpului profesoral, care facilitează inserția profesională mai rapidă a studenților și adaptarea la cerințele și evoluțiile domeniului.

I.3. Viziune și misiune

<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.

I.4. *Perspective profesionale*

Programele de licență oferite de FJSC urmăresc să asigure viitorilor absolvenți competențele și abilitățile practice și tehnologice cerute de piața muncii, piață caracterizată printr-o dinamică activă din acest punct de vedere. În același timp, planurile de învățământ sunt acordate în funcție de paleta de oferte profesionale în domeniul pentru care sunt pregătiți studenții. Absolvenții cursurilor de nivel licență pot lucra ca redactor, reporter, editor, coordonator de programe radio-tv., corespondent, copywriter, art director, media planner, coordonator birou de presă, redactor de carte, animator proiecte culturale, manager de trafic, specialist în relații publice, publicitate, marketing, marketing politic, purtător de cuvânt, funcționar în organizații guvernamentale și non guvernamentale, etc.

Adaptarea competențelor se face prin modificări, îmbunătățiri aduse programelor de studiu (20% acceptat de ARACIS în planurile de învățământ), înnoirea fișelor disciplinelor și a bibliografiei recomandate studenților.

FJSC dezvoltă, prin programele sale de licență, în concordanță cu direcțiile strategice ale facultății, următoarele competențe:

Jurnalism

Competențe profesionale:

- Identificarea și utilizarea limbajului, a metodologiilor și a cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării.
- Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC).
- Descrierea tipurilor de audiență / public implicate în comunicare.
- Manageriatul informației de presă.
- Identificarea și utilizarea elementelor specifice de deontologie și de responsabilitate socială a jurnalistului.
- Producerea unui conținut jurnalistic (text, video, audio și foto) pentru toate tipurile de media.

Competențe transversale:

- Rezolvarea în mod realist - cu argumente de ordin teoretic și practic - a unor situații profesionale uzuale, cu respectarea deontologiei.
- Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice.
- Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și a adaptării la cerințele pieței muncii.

Comunicare și relații publice

Competențe profesionale:

- Identificarea și utilizarea limbajului, a metodologiilor și a cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării.
- Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC).
- Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în procesul de relații publice.
- Realizarea și promovarea unui produs de relații publice.

- Asistență de specialitate în gestionarea comunicării de criză și/sau în medierea conflictelor de comunicare.

Competențe transversale:

- Rezolvarea în mod realist - cu argumente de ordin teoretic și practic - a unor situații profesionale uzuale, cu respectarea deontologiei.
- Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice.
- Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și a adaptării la cerințele pieței muncii.

Publicitate

Competențe profesionale:

- Identificarea și utilizarea limbajului, a metodologiilor și a cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării.
- Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC).
- Descrierea tipurilor diferite de audiență / public implicate în comunicare.
- Proiectarea și realizarea unor analize ale comunicării publicitare în condiții prestabilite.
- Realizarea unui produs publicitar și a unei campanii publicitare care presupun sarcini uzuale.
- Identificarea și utilizarea elementelor specifice de deontologie și de responsabilitate socială.

Competențe transversale:

- Rezolvarea în mod realist - cu argumente de ordin teoretic și practic - a unor situații profesionale uzuale, cu respectarea deontologiei.
- Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice.
- Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și a adaptării la cerințele pieței muncii.

Programul de masterat *Campanii de comunicare în relații publice și publicitate* urmărește să formeze profesioniști capabili să-și asume cea mai mare parte a sarcinilor curente legate de comunicarea publicitară și cea specifică relațiilor publice; să identifice mizele sociale cu care o organizație este susceptibilă să se confrunte și să influențeze deciziile privind politicile și strategiile organizaționale; să stabilească responsabilitățile sociale pe care organizația trebuie să și le asume față de diferite persoane participante și să elaboreze politici și programe coerente, flexibile și adaptate schimbării sociale; să conceapă și să gestioneze modurile de intervenție atât în interiorul organizației, cât și între organizație și multiplele componente ale mediului extra-organizațional. Programul pregătește pentru profesiunile de purtător de cuvânt, brand manager, specialist în activitatea de lobby, specialist marketing, manager de produs, copywriter publicitate, mediaplanner.

Comunicare corporativă este un un program interdisciplinar ce acoperă tematici din comunicare interpersonală și organizațională, cultură organizațională, managementul resurselor umane, informatizarea comunicării în departamentul de resurse umane, etc. Abordarea domeniului se va realiza, în principal, din perspectiva eficientizării comunicării,

ceea ce va aduce succesul profesional al angajatului. Programul de masterat propus este construit în jurul a trei cuvinte-cheie: comunicare, resurse umane și management. Tematica tratează caracteristicile comunicării organizaționale și responsabilitățile manageriale legate de dezvoltarea în organizație a resurselor umane, leadership-ul în organizație, negocierea conflictelor, formarea resurselor umane și vizează formarea unor specialiști în domeniul resurselor umane și de personal, manageri, specialiști în comunicare organizațională.

Masterul de *Jurnalism tematic* oferă deschiderea necesară spre domeniul jurnalismului specializat și de nișă, care se bucura de un interes crescut și în instituțiile de învățământ superior din țările Uniunii Europene, implică o relaționare a staff-urilor editoriale cu departamentul de marketing, o bună inserție în sfera managementului, o cunoaștere aprofundată a procedurilor profesionale și deschiderea către noile tehnologii și noile profesii din domeniul jurnalismului. Acest program de masterat poate contribui la formarea unor jurnaliști mai bine inserați în profesie, mai mobili și mai adaptați la schimbările ce au loc pe piața muncii. Axul central al pregătirii se bazează pe o formulă în care teoria și practica se materializează în activități de integrare. Acestea sunt dublate de o reflecție critică asupra exercitării profesiei și asupra nevoilor publicului în contextul unei societăți democratice în mișcare.

Absolvenții masteratului de *Jurnalism politic* vor putea să ofere consultanță instituțiilor guvernamentale, partidelor politice și celor care doresc să aibă o carieră în politică; să urmărească informarea corectă a cetățenilor asupra politicii, dar și înscrierea agendei cetățenilor pe agenda instituțiilor și a actorilor politici; să poată preda cursuri în domeniu; să susțină în spațiul public proiectele partidelor, ale instituțiilor și ONG-urilor care respectă valorile democratice.

Programul de masterat *Managementul instituțiilor mass-media*, singurul din țară cu acest profil, conceput și elaborat ca răspuns la nevoile pieței presei din România, dar și ca proiecție a evoluțiilor ulterioare, oferă competențe în gestionarea resurselor întreprinderilor de presă, în distribuție și promovare, în jurisprudența mass-media, în comunicarea internă și în comportamentul organizațional.

Média, communication, société, program integral în limba franceză, oferă, în condițiile dublei evoluții mondializare vs. accentuarea identităților culturale, etnice etc., deschiderea spre universul francofoniei, reprezintă un atu socio-economic și simbolic deloc neglijabil. Identitatea francofonă depășind nivelul lingvistic (cunoașterea limbii franceze ca vehicul de comunicare) accentuează sensul simbolic și civilizațional. Orientarea profesională a acestui program este concepută din perspectiva unei duble exigențe: asigurarea unei specializări care să permită diverse posibilități de inserție profesională a absolvenților în context românesc (jurnaliști specializați în probleme de dezvoltare durabilă, jurnalism civic, activitate în ONG-uri, etc.) și european (Comisia europeană, Parlamentul european). Masterul asigură o pregătire care să introducă pe piața muncii din România un nivel înalt de expertiză și competență. Programul oferă o dublă diplomă cu masterul *Communication, humaine et solidarité* de la Universitatea Lumière2 Lyon, pentru accesul pe piața muncii din Uniunea Europeană.

Media, Public Communication and Globalization, master integral în limba engleză, oferă cursanților, în termenii competențelor profesionale, posibilitatea de a înțelege, reflecta și acționa asupra unui model integrator al comunicării publice, atât direct, în arena publică, cât și prin intermediul noilor și „vechilor” tehnologii de comunicare. În acest sens, masterul propune cele mai recente concepte, teorii, principii și metode fundamentale ale științelor comunicării și ale studiilor de media („Media Studies”), în contextul globalizării schimbului social de informații. Masteranzii vor avea ocazia să contribuie la dezvoltarea unor domenii sub-reprezentate în cercetare, precum studiile de performance, antropologia fazelor de tranziție, semiotica noilor medii de comunicare, comunicare globală, în institute de cercetare de profil, în mediul universitar sau de consultanță în comunicare.

Programul ***Producții multimedia și audio-video*** este un program unic în oferta educațională în ceea ce privește abordarea mediilor digitale cu aplicații în domeniul media și al comunicării. Abordarea mediilor digitale se face din perspectiva creativă și de producție, dar și din perspectiva eficienței comunicării. Acest program este primul care vizează dezvoltarea unui conținut digital, interactiv și permite studenților tranziția de la viața academică la o carieră practică în domeniul digital, supus transformărilor rapide.

Obiectivul principal al masterului ***Teorii și metode de cercetare în științele comunicării*** este centrat pe dobândirea, înțelegerea și utilizarea cunoștințelor despre diferite teorii și metode care pot fi folosite în variate arii din științele comunicării. De asemenea, acest program de master își propune să ofere baza teoretică masteranzilor care doresc să urmeze studiile doctorale în domeniul științele comunicării. Activitățile de pregătire în cadrul acestui program de master vor permite formarea unor specialiști care să aibă cunoștințe teoretice actualizate în domeniul științelor comunicării și să fie capabili să conceapă și să realizeze proiecte de cercetare, folosind metode calitative și cantitative de analiză, în domeniul științelor politice, economice, al antropologiei sau sociologiei. Absolventul acestui program de master poate opta pentru a urma un debușeu profesional în care să ocupe o funcție de cadru didactic (în învățământul universitar/preuniversitar), de cercetător (asistent de cercetare) într-un institut de cercetare centrat pe științele comunicării, de consultantă în domeniul cercetării organizaționale într-o companie privată sau publică.

Pentru obținerea unor date privind angajabilitatea studenților am aplicat un chestionar online, postat pe site-ul facultății - https://docs.google.com/a/fjsc.ro/forms/d/13kGqK30_F-NjNLc-ZSfm6eAyMi9NEPDkWCumE1YW6bs/viewform?c=0&w=1 - la care au răspuns 189 de persoane, în special masteranzi. Dintre aceștia, 116 sunt angajați în organizații publice și/sau private din România. O altă procedură prin care se realizează urmărirea traseului profesional al studenților o reprezintă interacțiunea online dintre directorii de master și studenți. În general, urmărirea traseului profesional, atât al studenților, cât – mai ales – al alumnilor, este dificilă, având în vedere mobilitatea extraordinară în angajări și schimbarea frecventă a locului de muncă, dar și evoluția profesiilor din media care permit contracte de drept de autor sau statutul de *freelancer*. Din datele obținute direct de la masteranzi, prin directorii de programe, aproximativ 70% din masteranzi sunt angajați.

II. Capacitate instituțională

II.1. Educație

Programele de licență

În anul 2015-2016, facultatea a primit 135 de locuri bugetate pentru cele trei programe de licență, locuri care au fost împărțite proporțional astfel: 56 locuri la Jurnalism, 56 de locuri la CRP și 23 de locuri la Publicitate. Tot în acest an s-a votat în Consiliul profesoral școlarizarea la capacitatea maximă aprobată de ARACIS. Astfel, numărul total de studenți înmatriculați pe specializări a fost de 120 la Jurnalism, 120 la CRP și 50 la Publicitate. Susținând același examen de admitere pe specializare, candidații care au obținut peste nota 5 dar sub nota de admitere la programele IF au putut opta pentru ID, facultatea școlarizând câte o grupă la fiecare din cele trei specializări la ID. Numărul de candidați pentru admiterea la programele de licență s-a menținut constant, depășind și în acest an cifra de 1200.

Mărirea numărului de locuri a permis facultății încasarea unor sume mai mari din taxele de școlarizare, dar a determinat și un efort mai mare de organizare a procesului de învățământ, în funcție de spațiu și resursa umană. Pentru a veni în întâmpinarea acestor provocări, facultatea a obținut spații suplimentare, cu împrumut, de la Facultatea de Afaceri și Administrație Publică în clădirea din Bdul Regina Elisabeta.

Mărirea numărului de locuri cu taxă s-a făcut ținând cont de posibilitățile de inserție profesională a absolvenților și din necesitatea de a avea un număr mai mare de candidați care sa opteze pentru continuarea studiilor la programele de masterat propuse de FJSC, având în vedere că numărul de locuri bugetate la aceste programe a fost în ultimii ani de 160, superior numărului de locuri la buget pentru ciclul de licență.

II.2. Cercetare științifică

Cercetarea în FJSC s-a dezvoltat organic, în linia obiectivelor urmărite de cadrele didactice în legătură cu intereselor lor academice de predare și cercetare.

Sunt derulate mai multe proiecte de cercetare, cu finanțare națională (5) și internațională (6). Trăsătura comună multora dintre ele este încercarea de evitare a birocrăției UB: fie sunt proiecte în care cercetătorul lucrează gratis, fie sunt proiecte derulate prin alte structuri (organizații comerciale, alte universități), fie sunt proiecte mici, înglobate în proiecte mai mari în care alte structuri se ocupă de partea birocratică (burse POSDRU; ICUB). Facultatea va trebui să sprijine câștigarea de proiecte naționale și internaționale în calitate de beneficiar pentru a realiza obiectivul propus în strategia de cercetare științifică care prevede nu numai participarea în calitate de parteneri sau ca cercetători experți solicitați individual în echipele de cercetare internaționale, ci și asumarea instituțională a unor proiecte, ceea ce ar aduce și venituri din cercetare.

Din 2015, în cadrul FJSC se editează o a doua revistă, *Styles of Communication* (redactor șef, conf. dr. Camelia Cmeciu), indexată în trei baze de date (print ISSN:2065-7943, Online ISSN: 2067-564X, indexata [Index Copernicus](#), [Genamics Journal Seek](#), [EBSCOhost databases](#)). (vezi Anexa 6).

II.3. Management și administrație

Activitatea decanului și a prodecanilor s-a desfășurat în baza atribuțiilor specifice din Carta Universității și a urmărit realizarea strategiei FJSC și a activităților prevăzute în planul operational. Din Raportul de activitate prezentat de aceștia se constată îndeplinirea responsabilităților care le-au revenit prin fișa postului. În acest an s-a întărit poziția Consiliilor departamentelor, membrii acestora fiind implicați de către directoarele de departament în evaluarea cadrelor didactice, în scoaterea la concurs a posturilor didactice și propunerea comisiilor de concurs, dar și în deciziile privind adaptările planurilor de învățământ și întocmirea statelor de funcții.

În consiliul FJSC au fost aleși 6 studenți, reprezentanți ai fiecărui an de studiu la programele de licență, câte unul pentru programele de master, ID și SDSC. Deși interesul acestora pentru problemele facultății și procesul instructiv ar fi trebuit să fie mare, acești

studentii nu s-au implicat suficient (cu excepția reprezentantei SDSC) în dezbateri. Intervențiile și propunerile lor au fost mai consistente la discuțiile privind admiterea și examenele de finalizare a studiilor.

Activitatea secretariatului s-a desfășurat în condiții mai puțin bune, datorită relațiilor tensionate pe care fosta secretară șefă le-a creat și întreținut cu studenții și cu reprezentanții corpului didactic

Pe tot parcursul anului universitar, departamentul administrativ al facultății s-a implicat și a răspuns cu promptitudine la toate activitățile didactice și extradidactice organizate de cadrele didactice și studenți: licența, admitere, târgul educației, conferința internațională a facultății, conferințe ce s-au desfășurat pe diverse proiecte internaționale, etc.

Facultatea se confruntă cu o lipsă acută de spații proprii. Afară de sediul principal, mai dispunem de un amfiteatru alocat de UB din spațiile Facultății de Chimie și de patru săli din spațiile Facultății de Matematică, cedate cu titlu provizoriu. În aceste condiții, cererea decanatului, reiterată în fiecare an, este de construire a unui sediu nou, eventual într-o clădire împreună cu o altă facultate a Universității din București, astfel încât toate cursurile și seminariile să se desfășoare la standarde moderne. Cadrele didactice nu au spațiu suficient pentru birouri și consultațiile cu studenții, spațiul alocat bibliotecii este limitat, în special cel destinat găzduirii colecțiilor de carte, de reviste științifice și de ziare, în continuă creștere. La acest capitol, prevederile Strategiei nu au putut fi realizate.

Biblioteca, fond de carte, săli de lectură

Biblioteca Facultății de Jurnalism și Științele Comunicării, ca bibliotecă specializată, parte a BCU, și-a fixat obiectivele politicii sale de dezvoltare în funcție de structura procesului didactic și de nivelul cercetării științifice din mediul academic în care este integrată, acoperind titlurile de cărți și periodice noi din domeniul de studiu. Colecția din biblioteca FJSC însumează 10790 titluri/18239 volume și 5203 volume periodice în 404 titluri.

Cele două săli de lectură cu o capacitate totală de 32 locuri (o sală de lectură cu acces direct la publicații monografice - 15 locuri; o sală de lectură cu acces la publicații seriale - 17 locuri - colecțiile de ziare periodice din 2015, 2015) și centrul de împrumut au fost frecventate (conform caietelor de frecvență zilnică) de un număr total de 10147 utilizatori.

Printre bazele de date electronice achiziționate de Biblioteca Centrală Universitară "Carol I" din București la care au acces toți studenții și toate cadrele didactice, de la calculatoare din cadrul Universității din București, se numără : ANELIS, EBSCO, ProQuest, Emerald, Science Direct, ISI Web of Knowledge, Legalis Premium, Cambridge, Sage, Wiley, Taylor&Francis, IEEE, SIAM, JSTOR, Oxford, CEEOL.

Sistem de burse și alte ajutoare:

FJSC a acordat, în anul universitar 2015-2016, un număr de 45 burse sociale, 4 burse de merit, 88 burse de studiu. Au fost acordate 2 burse ocazionale. Conform deciziei Consiliului FJSC, fondul de burse este alocat prioritar pentru performanța academică, dar se oferă sprijin și studenților cu probleme sociale, în limita plafonului de 30% stabilit (la solicitarea reprezentanților studenților). Criteriul performanței este aplicat pentru departajarea dosarelor sociale.

II.4. Interacțiunea cu societatea

Principala modalitate de interacțiune cu societatea o reprezintă interacțiunea cu mediul profesional prin parteneriatele de practică și Internshipurile oferite studenților pentru parteneriate

O a doua direcție importantă, pe care facultatea a dezvoltat-o constant, este angajarea prin contract REVISAL a unor experți de marcă din domeniile de competență ale facultății pentru a ține cursuri și activități de seminar și laborator, atât la programele de licență cât și de master. În anul analizat, numărul total de colaboratori externi a fost de 69.

O altă preocupare este atragerea de cadre didactice titulare din rândul doctoranzilor din SDSC.

În cadrul acțiunilor extracurriculare, precum *Serile FJSC* și conferințe susținute de specialiști din domeniu, au fost invitate personalități de marcă din profesie pentru a interacționa cu numerosii studenții participanți.

Toate activitățile organizate au urmărit realizarea obiectivelor prevăzute în Strategia FJSC pentru 2012-2016.

III. Eficacitate instituțională

III.1. Educație

Admiterea la nivel licență pentru specializarea Jurnalism s-a făcut în baza unui examen cu trei probe: Limba română, Narațiune și Argumentare. Prezentarea celor trei probe se află pe website-ul FJSC <http://www.fjsc.unibuc.ro/home/licenta/admitere-la-specializarea-jurnalism> Baremul de corectare este clar construit și afișat pe website-ul FJSC.

Examenul de admitere la specializarea Comunicare și relații publice, cu durata de 3 ore, constă într-o probă scrisă cu trei subiecte: limba română, argumentare, creativitate. <http://www.fjsc.unibuc.ro/home/licenta/admitere-la-specializarea-comunicare-si-relatii-publice>

Admiterea la secția de Publicitate se face pe baza unui examen scris, de limba română, creativitate și argumentare <http://www.fjsc.unibuc.ro/home/licenta/admitere-la-specializarea-publicitate>

Admiterea la masterat se face individualizat în funcție de specificul masteratului. Toate informațiile privind admiterea la masterat sunt prezentate pe website-ul facultății <http://www.fjsc.unibuc.ro/home/master>.

În luna mai (la fel ca și în anul precedent) a avut loc o prezentare a ofertei de masterate a FJSC pentru studenții din anul III. Mediatizarea programelor de licență și de master s-a realizat atât pe site-ul FJSC, prin broșuri lansate la Târgul Educației și pe rețelele de socializare.

Metodologiile de admitere, calendarul admiterii, numărul de locuri și oferta academică sunt afișate pe site-ul Universității, unibuc.ro, și pe site-ul facultății, <http://www.fjsc.unibuc.ro/home/master>.

Planul de învățământ de la nivel licență a fost supus unei analize începând cu anul 2013. La nivelul Departamentului de Jurnalism a fost demarat un proces de analiză a

compatibilității ofertei curriculare cu piața muncii și cu oferta instituțiilor de profil din străinătate.

În urma analizei grupului de lucru, au fost aduse îmbunătățiri planului de învățământ în sensul înnoirii ofertei și actualizării pachetului de cursuri opționale prin introducerea unor noi discipline care să reflecte dinamica pieței muncii și a cunoașterii (de pildă, cursurile de *Tehnici de lucru jurnalistice în situațiile de criză, Tehnici avansate de colectare și procesare a datelor, ș.a.*)

La nivel de programe masterale, planurile de învățământ sunt alcătuite astfel încât să răspundă atât exigențelor de studiu ale masteranzilor, cât și nevoii unor competențe de nișă cerute în profesie. În special cele doua masterate cu predare în limba franceză/engleză sunt astfel concepute încât să poată primi și studenți străini și studenți ERASMUS. La masterul în limba franceză predau, în fiecare an, trei profesori invitați pentru un semestru (prin cursuri organizate pe module de predare) de la universități din Franța: conf. dr. Dana Popescu-Jourdy, Universitatea Lumière2, Lyon, prof. dr. Nicolas Pélissier, Universitatea Sophia Antipolis, Nice și prof. dr. Odile Riondet, de la Universitatea Dijon, laboratorul CIMEOS.

Absolvenții de FJSC urmează în proporție mare programele de masterat oferite de facultate. Într-o măsură importantă, absolvenții programelor de licență se angajează la terminarea facultății, urmând, în paralel, și cursurile la master. Un număr însemnat de studenți lucrează încă din timpul studiilor de licență. Din păcate, una din cele mai mari dificultăți este urmărirea traseului lor profesional în această perioadă, ei lucrând, uneori în part-time, alteori pe perioade scurte. Considerăm că nu este, de cele mai multe ori, un debut în cariera profesională ci, mai curând o modalitate de a câștiga resursele financiare necesare întreținerii și, dacă este cazul, pentru plata taxelor școlare sau chirie.

Metodele de predare folosite de cadrele didactice, sunt adecvate și satisfac cerințele unui învățământ centrat pe student. Se impun însă înnoirea bazei materiale și modernizarea laboratoarelor, mai ales pentru specializarea Jurnalism, unde noile tehnologii schimbă complet configurația redacțiilor și tipul de jurnalism practicat.

Orientarea spre carieră se realizează în special prin expunerea cât mai frecventă a studenților la mediul profesional, prin Internshipuri, invitarea unor specialiști, asocierea la actul didactic a unor colaboratori externi din profesie, acțiuni extracurriculare. Fiecare an de studiu de la nivel licență are câte un îndrumător cadru didactic, care preia, transmite și rezolvă probleme ale studenților, oferindu-le și consiliere. În același timp, cadrele didactice au program de consultatii pentru îndrumarea studentilor, afișat pe site. Pentru master, directorii de program asigură și rolul de îndrumători pentru masteranzi. Coordonatorii lucrărilor de licență și disertații sunt aleși de studenți printr-o cerere scrisă depusă la secretara decanului la începutul anului III/an II master. Studentii beneficiază de îndrumarea coordonatorilor pe tot parcursul anului universitar.

III 2. Cercetare științifică

Cercetarea științifică se desfășoară prin centrul de cercetări al FJSC SPARTA și prin ICUB. FJSC și AFCOM (Asociația Formatorilor în Jurnalism și Comunicare) sunt responsabile cu editarea *Revistei Romane de Jurnalism și Comunicare*, revistă indexată în 3 baze de date (EBSCO, ProQuest, RePEc). Prin intermediul SPARTA, se derulează proiectele

cu finanțare națională și internațională ale Facultății de Jurnalism și Științele Comunicării și conferințele științifice naționale și internaționale organizate de facultate.

Din anul 2015 se desfășoară, pe o perioadă de doi ani, proiectul TE (UEFISCDI) *Cetățeni europeni – (De)legitimatori ai unei Europe în Rețea*, 318/ 1.10. 2015, director de proiect, conf. Camelia Cmeciu. În cadrul acestui proiect sunt angajați doi studenți doctorali pe post de cercetători.

Din anul 2016, proiectul *Télévisions et nations en « semi-périphérie » européenne: comment constituer une identité nationale par la télévision (1958-1980). Etudes de cas : la Roumanie, la Bulgarie et la Belgique*, finanțat de PN 3 / Sub-3.1 Bilateral / Multilateral/ Module AUF-RO, 2016-2017 și de AUF-Agence Universitaire de la Francophonie, director de proiect – conf. Romina Surugiu.

De asemenea, menționăm faptul că din anul 2015 se desfășoară grantul intern UB Observatorul European de Jurnalism, director de proiect - Prof. Mihai Coman.

Prof. Mihai Coman este manager pentru Romania în grantul 579637-EPP-1-2016-2-DK-SPO-SCP, National Sports Governance Observer: Benchmarking sports governance across national boundaries, programul ERASMUS +.

Începând cu 2015, facultatea are o a doua revistă BDI, *Styles of Communication*, indexată în Index Copernicus, Genamics Journal Seek, EBSCOhost databases, DOAJ editată în colaborare cu Committee for Philology of the Polish Academy of Sciences, Wrocław Branch, Poland și recomandată de Ministerul Polonez pentru Știință și Învățământ Superior (Polish Ministry of Science and Higher Education). Din anul 2016, această revistă publică două numere anual. Prin ICUB, un cadru didactic al facultății a obținut o bursă ICUB (conf. Oana Baluta, cu grantul *Is incumbency a predictor of political support for women? Does incumbency reduce gender bias in candidate selection?*).

Dintre rezultatele valoroase în acest an, menționăm publicarea de către cadrele didactice ale FJSC a 2 articole în reviste cotate ISI și 4 articole indexate ISI.

Facultatea oferă, din fondurile proprii, câte 400 euro pe an fiecărui cadru didactic pentru participarea la o conferință în străinătate. O altă oportunitate de valorizare a cercetărilor este publicarea, cf. Planului editorial al facultății, aprobat de Consiliul profesoral, a lucrărilor științifice la Editura Universității București. S-a menținut însă, din fondurile UB și FJSC, finanțarea unor manifestări științifice la care au participat cadrele didactice.

Cadrele didactice ale facultății sunt member în proiecte de cercetare internaționale, cum ar fi: Natalia Milewski (*Anticorruption policies revisited/WP6-Media and corruption*, Worlds of Journalism); Raluca Radu (*CA COST Action CA15101/ Comparative Analysis of Conspiracy Theories (COMPACT)*); Luminita Rosca (SCH COST Action IS1203. In search of transcultural memory in Europe (ISTME)); Romina Surugiu (COST Action IS 1202: "Dynamics of Virtual Work", WG 2, Creativity, skills, knowledge and new occupational identities).

Pentru cercetarea științifică, vezi anexele 6 și 7.

III 3. Management

Activitatea decanului și a prodecanilor s-a desfășurat în baza atribuțiilor specifice din Carta Universității și a urmărit realizarea strategiei FJSC și a activităților prevăzute în planul operational. Din Raportul de activitate prezentat de aceștia se constată îndeplinirea responsabilităților care le-au revenit prin fișa postului. În acest an s-a întărit poziția Consiliilor departamentelor, membrii acestora fiind implicați de către directoarele de departament în evaluarea cadrelor didactice, în scoaterea la concurs a posturilor didactice și propunerea comisiilor de concurs, dar și în deciziile privind adaptările planurilor de învățământ și întocmirea statelor de funcții.

Apreciem ca fiind pozitivă și activitatea Consiliului profesoral, ale cărui decizii au fost luate după deliberări și analize pertinente. Procesele verbale ale consiliului sunt scanate și transmise tuturor cadrelor didactice din facultate, pentru asigurarea transparenței și informarea corectă.

III 4. Interacțiunea cu societatea

Pentru buna desfășurare a practicii studenților, facultatea încheie anual convenții de practică la nivel instituțional cu instituțiile/organizațiile organizatoare de practică. De asemenea, specialiști din profesie desfășoară activitate didactică cu studenții, la nivel de licență și masterat.

Lunar, în FJSC sunt organizate evenimente extracurriculare cu invitarea unor personalități din profesie, sub genericul "Serile FJSC", evenimente ce se bucură de o largă audiență din partea studenților. Evenimente extra-curriculare

Sunt invitați, de asemenea, alumni ai facultății pentru a participa la evenimentele festive ale facultății, conferințe, mese rotunde, etc.

IV Managementul calității

IV 1 Educație

Evaluarea programelor de studii

FJSC a urmărit orientarea programelor academice către cerințele profesiilor din sfera comunicării – în acest sens menținerea sau accentuarea dimensiunii practice a procesului formativ, prin dezvoltarea sau introducerea de cursuri și seminarii în măsura să ofere cunoștințe și să formeze deprinderi necesare pentru diversele tipuri de activități din redacții, din firme și departamente de publicitate sau relații publice.

În spiritul misiunii declarate, a fost realizată:

a. conectarea titlurilor și a conținuturilor cursurilor la tendințele contemporane din învățământul occidental,

b. accentuarea dimensiunii vocaționale specifice învățământului jurnalistic și de comunicare, fără a abdica de la nevoile construcției culturale-intelectuale, în plan informațional și formativ

c. atragerea în procesul didactic a unor specialiști în domeniul jurnalistic și al științelor comunicării, cu vocație pentru viața academică, a unor tineri cercetători, devotați ideii universitare, a propriilor absolvenți care au completat astfel corpul didactic

d. colaborarea cu partenerii noștri externi (jurnaliști, specialiștii de relații publice și publicitate)

e. promovarea studenților și absolvenților noștri în efortul lor de a se impune pe piața mass-media, a comunicării sociale, a relațiilor publice etc. din România.

Facultatea de Jurnalism și Științele Comunicării oferă un program de studii specializat pe domeniul **Științele comunicării**. La nivel licență - învățământ cu frecvență și învățământ la distanță - avem trei specializări, **Jurnalism**, **Relații publice** și **Publicitate**. La nivel masteral avem două programe acreditate la zi. La nivel doctoral, din anul 2008 funcționează Școala doctorală de Științele comunicării.

Programele de studii se mulează pe structura profesiilor din jurnalism și comunicare din țara noastră. Este un program de studii conceput la standarde europene, care oferă mai multe șanse profesionale absolvenților noștri.

Programele de studiu din FJSC sunt organizate în conformitate cu "Legea privind organizarea programelor de studii universitare" (288/2004) care concretizează rezultatele întâlnirii ministrilor ai învățământului din țările europene, de la Bologna (1998) și Berlin (2003), privind crearea "Spatiului european al învățământului superior". Scopul acestui spațiu comun este uniformizarea sistemelor de învățământ, compatibilizarea diplomelor și în final asigurarea mobilității specialiștilor în Europa, altfel spus, asigurarea posibilității ca o calificare (și diploma) obținută într-o anumită țară a Europei să permită exercitarea profesiei în alta țară, fără efectuarea de studii suplimentare sau de demersuri administrative de echivalare a diplomei.

Evaluarea studenților

1. Evaluarea curentă a studenților este una continuă pe parcursul anului universitar, prin intermediul testelor de cunoștințe și abilități, referatelor de seminar, realizării de aplicații în jurnalism, relații publice sau publicitate și lucrărilor practice de laborator. La finalul semestrelor este prevăzută pentru fiecare disciplină de studiu și o evaluare globală prin intermediul examenelor scrise sau orale (în sesiunea de examene) sau verificărilor (în timpul semestrului), în conformitate cu planul de învățământ și prevederile din silabus.
2. Criteriile de evaluare și ponderea fiecărei forme de evaluare sunt precizate în Fișa disciplinei (silabusul) fiecărei discipline; aceste documente sunt accesibile la biblioteca FJSC. Cadrele didactice informează studenții și explică aceste criterii și proceduri în prima întâlnire cu aceștia, la începutul semestrului.
3. Șeful de departament analizează silabusurile și stabilește în cadrul ședinței de departament modalitățile de armonizare a sistemelor de evaluare; Consiliul FJSC aprobă strategiile de evaluare fixate de departamente.
4. În vederea omogenizării sistemelor de evaluare în vederea reclassificărilor anuale și asigurării calității procesului de evaluare se stabilesc următoarele proceduri:
 - a. pentru disciplinele prevăzute cu examen scris sau oral:
 - titularul cursului va elabora unul sau două teste grila, care vor fi aplicate tuturor studenților în cadrul orelor de curs; testul va fi aplicat în săptămânile 6-10 din materia parcursă până la momentul testului; studenții care din motive întemeiate nu s-au putut prezenta la acest test, vor da un alt test, înainte de evaluarea finală, în sesiunea de examene; în afara acestora, nu se dau alte teste suplimentare în cursul semestrului sau în sesiunea de examene;
 - testele vor avea în vedere materia predată și dezbătută în seminar în intervalul premergător aplicării testului;
 - grila de examinare va cuprinde 3-5 variante de răspuns; formula de răspuns corect - unul sau mai multe sau nici un răspuns corect - este stabilită de titularul cursului și anunțată din timp studenților;
 - testele vor reprezenta între 25-50% din evaluarea finală; activitatea de seminar (incluzând participarea la dezbateri și referatele) va constitui între 25-50%, iar nota din examen între 25-50%;
 - examenul oral se va susține, conform prevederilor legale, în fața unei comisii formată din 3-5 membri
 - testele și lucrările scrise se păstrează de către cadrele didactice timp de 3 semestre de la momentul încheierii cursului
 - b. pentru disciplinele prevăzute cu verificare:
 - titularul de disciplină, în consultare cu șeful de departament, va elabora unul sau două teste grila, care vor verifica cunoștințele teoretice necesare executării produselor mass-media, de relații publice, de publicitate etc.;
 - testele vor fi aplicate conform unui calendar stabilit de departament, în funcție de profilul

aplicativ al disciplinei;

- studentii care din motive intemeiate nu s-au putut prezenta la acest test, vor da un alt test, inainte de evaluarea finala, respectiv in ultima saptamana a semestrului;

- testele reprezinta intre 25-50% din nota finala; produsul realizat de studenti (individual sau in colective) va reprezenta intre 50-75% din nota finala;

5. Contestarea notelor si solutionarea contestatiilor studentilor se va face conform procedurilor prevazute in regulamentele Universitatii din Bucuresti.

6. Frauda se sanctioneaza conform prevederilor legale si regulamentelor Universitatii din Bucuresti.

7. Regimul de frecventa este cel prevazut de silabus pentru fiecare disciplina; studentii care nu indeplinesc exigentele de frecventa suporta sanctiunile prevazute de regulamentele Universitatii din Bucuresti.

8. Cererile privind re-testarea vor fi analizate si solutionate de cadrele didactice titulare de curs/laborator, pe baza actelor doveditoare si a prevederilor regulamentelor Universitatii din Bucuresti cadrele didactice vor arhiva documentele justificative si le vor pastra timp de 3 semestre.

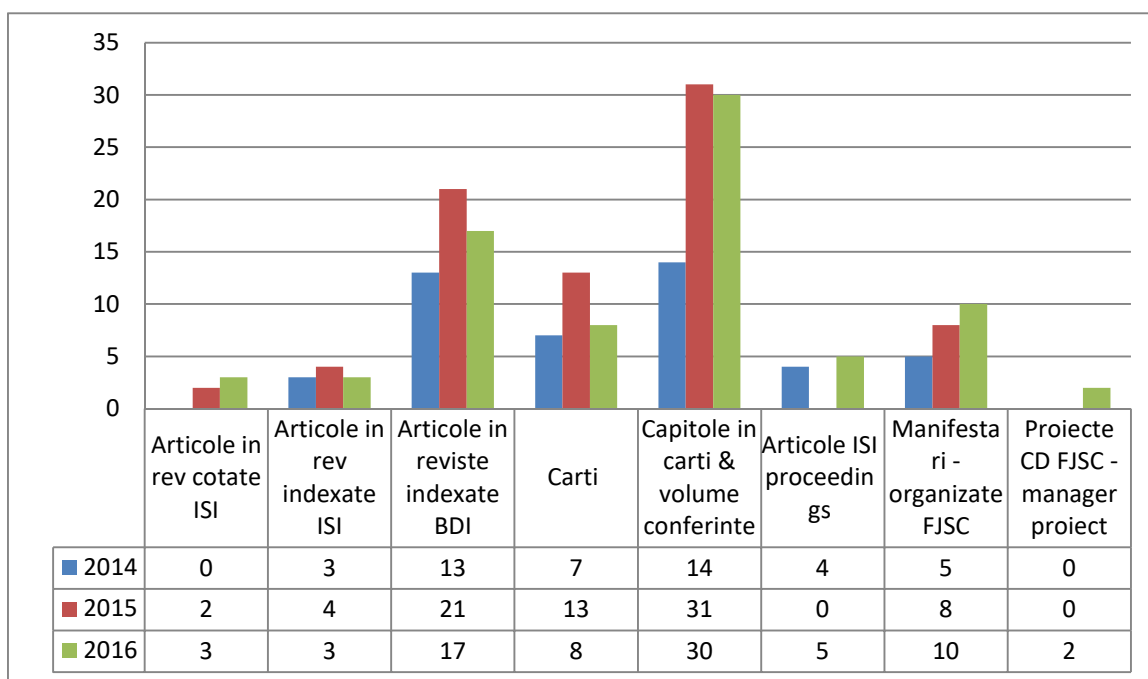
9. Cererile privind marirea de note vor fi solutionate prin respectarea prevederilor regulamentelor Universitatii din Bucuresti.

10. Clasificarea finala a studentilor, la incheierea sesiunii de restante, se va face pe baza de punctaj obtinut prin ponderarea notei si a creditelor acordate acelei discipline. O comisie numita de decanul FJSC se va ocupa de aceasta clasificare.

Ca si in cazul programelor de licență, evaluarea la masterate este de tip evaluare continua si evaluare finala, ponderea fiind stabilita de fiecare profesor. Fiind vorba despre studii aprofundate, este privilegiata metoda referatelor si a proiectelor de cercetare.

IV 2 Cercetarea științifică

In graficul de mai jos, se poate observa evoluția cercetării pe trei ani în cadrul FJSC. Am urmărit opt categorii din Anexele 6 si 7: articole publicate în reviste cotate ISI, articole publicate în reviste indexate ISI, cărți (unic autor, mai multi autori, coordonate), capitol în cărți și volume conferințe, articole ISI proceedings, manifestări organizate de FJSC, proiecte în care cadrele didactice FJSC sunt manageri de proiect. După cum se poate observa, există o evoluție clară față de anul 2015. Începând cu anul 2015 cadrele didactice FJSC au devenit preocupate de publicarea în reviste cotate ISI, cu factor de impact. Important este faptul că aceste reviste sunt din străinătate și unele au factor de impact mai mare de 1 (de exemplu, *Comunicar Media Education Research Journal*, Vol. XXIV, n. 47, 2nd quarter, pp. 19-28. factor de impact 2015 – 1,438 sau *Journalism* - factor de impact 2015 - 1,273). Publicarea în revistele BDI, a capitolelor în cărți rămâne o constantă a cadrelor didactice FJSC. Trebuie subliniat faptul că s-au publicat capitole de cărți la edituri prestigioase din străinătate: Routledge, IGI, Palgrave etc. Numărul manifestărilor științifice organizate de FJSC a crescut, acest fapt se datorează și workshopurilor organizate în cadrul proiectelor câștigate de cadre didactice ca manageri de proiect. De fapt, acest aspect reprezintă clar o evoluție pentru cercetarea științifică a facultății.



A crescut si numărul participărilor cadrelor didactice la conferințe internaționale, participarea fiind stimulată prin proiectele de cercetare câștigate. A crescut numărul de conferințe internaționale organizate de FJSC ca organizator principal sau în parteneriat și numărul de participanți străini (anexa 6).

Școala Doctorală în Științele Comunicării a acordat un număr de trei titluri de Doctor în Științele comunicării.

În rankingul global al universităților, realizat de **Quacquarelli Symonds Limited**, by Subjects, Universitatea din București este prezentă în 2015 între primele 150-200 clasate în domeniul "Social Sciences & Management - Communication & Media Studies", după ce se clasificase în 2012 în topul primelor 200 de universități din lume și în 2013, între primele 150. Studenții cu performanțe înalte sunt coordonați și încurajați să participe la sesiuni științifice studențești. Cele mai bune cercetări ale masteranzilor și ale doctoranzilor sunt publicate în revistele facultății sau în volume colective. De asemenea, publicarea tezelor doctoranzilor este cuprinsă în planul editorial al facultății.

IV 3 Management și administrație

În anul universitar 2015-2016 activitatea cu studenții cunoscut o îmbunătățire semnificativă după ce s-a constituit o asociație reprezentativă a acestora. Ca urmare, am realizat mai multe întâlniri pentru îmbunătățirea regulamentului de cazare și atribuire a bursei, care vor deveni operaționale în anul universitar 2015-2016. Au fost în premieră realizate metodologii specifice FJSC, care a operat doar pe baza regulamentului cadru al Universității. Consultările cu reprezentanții studenților au fost periodice, dar și la solicitarea acestora. S-a constatat o creștere a implicării studenților și cadrelor didactice în activitățile FJSC: Ziua Francofoniei, Zilele Porților Deschise, simularea admiterii, cercurile științifice.

IV 4 Interacțiunea cu societatea

Relația dintre programele de studii, competențele profesionale și deprinderile tehnice predate de cadrele didactice și cele însușite pe parcursul studiilor și prin examen de către studenți au menirea de a influența piața media (organizațiile profesionale, instituțiile media, agențiile de relații publice și publicitate) și de aici modul de funcționare al acestor domenii în societatea noastră. Din acest motiv colaborarea cu partenerii media în vederea asigurării programelor de practică, participarea la conferințele și workshopurile FJSC a specialiștilor din profesie, prezența acestor specialiști în relații publice și publicitate și a jurnaliștilor de renume la evenimente extracurriculare precum Serile FJSC au rolul de a asigura o mai bună comunicare a facultății cu piața și o apropiere, o acomodare și o adaptare a serviciilor educaționale oferite de FJSC la cerințele și nevoile pieței.

V. Analize interne și comparative

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> <ol style="list-style-type: none"> 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) 2. Calitatea Planurilor de învățământ, construite prin adecvarea la exigențele europene (procesul Bologna), la specificul formării în domeniile comunicării și la peisajul educațional românesc; 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. 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; 5. O imagine foarte bună printre candidați și în mediul profesional 	<p>Puncte slabe</p> <ol style="list-style-type: none"> 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; 2. Dificultățile de ordin legislativ care limitează posibilitățile de atragere de colaboratori din profesie și din alte activități specifice 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 4. Concurența nelocală în interiorul Universității din București, prin încurajarea creării și dezvoltării de departamente care oferă pregătire în domeniile academice specifice FJSC;
<p>Oportunități</p> <ol style="list-style-type: none"> 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 2. Numărul mare de cadre didactice active în schimburile ERASMUS, fapt care poate conduce la deschiderea către direcțiile actuale din învățământul universitar de profil 3. Schimbările rapide de pe piața muncii și din mediul profesional, pe plan uman și tehnologic ; acest fapt oferă 	<p>Amenințări</p> <ol style="list-style-type: none"> 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

<p>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>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>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.</p>	<p>Puncte slabe</p> <p>1. Lipsa de investire a unor profesori și conferențieri care nu aplică la granturi și nu crează 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 farmaceutică)</p>
<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</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>
---	---

bobocilor, de Haloween, de Crăciun, Serile FJSC, Caravana FJSC, participările la Târgul Educației)	3. Circuit informațional complicat și ineficient la nivelul Secretariatului, atitudine sfidătoare la adresa studenților
Oportunități – Nu se întrevăd	Amenințări 1. Existența unor dificultăți de ordin birocratic în investirea fondurilor proprii în softuri și echipamente; 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

Relația cu societatea

Puncte tari 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; 2. Parteneriatele cu instituțiile media și cu agențiile de PR și publicitate în vederea asigurării programelor de practică sau stagii pentru studenți 3. Existența unui <i>brand</i> FJSC, recognoscibil prin elemente simbolice (siglă, culori, stil de acțiune etc) ;	Puncte slabe 1. Un dezinteres al mediului profesional pentru rezultatele cercetării academice
Oportunități 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 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	Amenințări 1. O degradare a mediului profesional, ca urmare a relansării greoaie a economiei, după criza din 2008-2009.

Particularitate strategică:

Fjsc 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.

V.3 Dinamici relevante în raport cu anii precedenți

Facultatea a fost preluată de noua echipă de conducere într-o situație financiară dificilă (îndatorare de 1,4 milioane lei), cu o rată de abandon școlar alarmantă, cu programe modelate după interesele mărunț-financiare ale unor cadre didactice, suffocate de materii complementare (care nu respectau standardele ARACIS) și cu o imagine deteriorată în mediile profesionale. Evaluarea pe perioada 2016-2017 va putea prezenta rezultatele Planului de

redresare al FJSC, aprobat în Consiliul din iulie 2017 (în prezența conducerii universității) și implementat din octombrie 2016

V 3 Analize comparative cu alte facultăți (benchmarking)

Cercetare

Am încercat să realizăm o analiză comparativă a cercetării cu patru facultăți din domeniul Științele Comunicării. Din păcate, facultățile similare de la Cluj, Iași și Timișoara nu au postat informații la rubrica cercetare. În ceea ce privește Facultatea de Comunicare și Relații Publice (SNSPA), nu există un raport sintetic al cercetării. Analiza Centrului de Cercetare în Comunicare (CCC) a reliefat faptul că singurul laborator care cuprinde informații actuale (anul 2016) este Laboratorul de Comunicare, Discurs și Probleme Publice. Conform celor publicate pe site, s-au publicat 2 articole (unul BDI și unul la Editura Routledge) în cadrul unui proiect PCE. Trebuie menționat faptul că o autoare a articolului de la Routledge este cadru didactic al FJSC. După cum se poate observa din anexele 6 și 7, cercetarea în cadrul FJSC este superioară, la nivel cantitativ, față de cercetarea FCRP (cel puțin conform informațiilor postate pe site). Un punct care poate fi considerat slab este inexistența unor proiecte PCE, dar trei cadre didactice FJSC au depus proiecte PCE pentru competiția lansată în 2016.

VI Concluzii

Plan de măsuri

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" în 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 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 reușiți din jurnalism, relații publice, publicitate

Termen mediu și scurt

Reușita inserției profesionale a absolvenților noștri 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 noștri;
- 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.

Anexe

Indicatori