

## **Analiza (auditul) programului de studii universitare de masterat *Mass-media și relații publice în context digital***

### **Cuprins**

<b>1. Contextul programului de studii universitare.....</b>	<b>2</b>
<b>2. Date statistice privind procesul de admitere.....</b>	<b>3</b>
2.1. Evoluția numărului de studenți înmatriculați în anul I .....	3
2.2. Numărul de candidați la procesul de admitere .....	3
2.3. Universitatea de proveniență .....	4
2.4. Domenii de studii universitare absolvite .....	5
2.5. Ultimele studii absolvite .....	5
<b>3. Date statistice privind parcursul studenților .....</b>	<b>6</b>
3.1. Promovabilitate .....	6
3.2. Evoluția procentului de studenți înmatriculați pe locuri cu taxă .....	7

### **Listă tabele**

<b>Tabel 1.</b> Numărul de candidați la procesul de admitere, raportat la numărul de locuri finanțate de la bugetul de stat disponibile, respectiv la numărul total de locuri .....	4
<b>Tabel 2.</b> Procentele de promovabilitate a studenților de la programul de studii universitare de masterat Mass-media și relații publice în context digital .....	7

## 1. Contextul programului de studii universitare

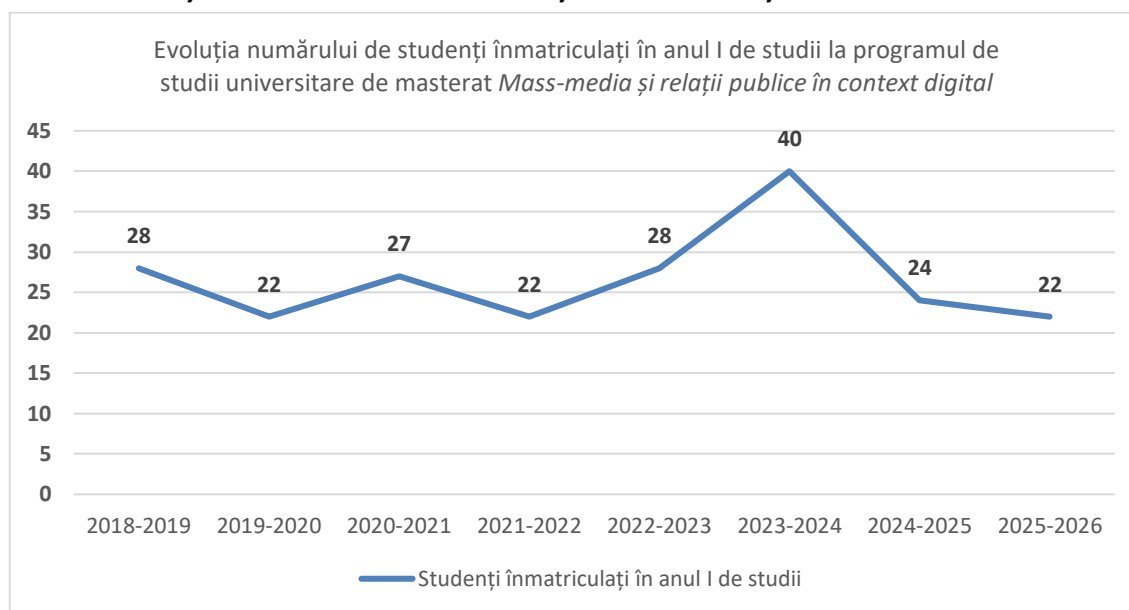
<b>Facultate:</b>	Științe ale Guvernării și Comunicării
<b>Ciclul de studii universitare:</b>	Masterat
<b>Denumirea programului de studii universitare de masterat:</b>	Mass-media și relații publice în context digital
<b>Tipul programului:</b>	Profesional
<b>Denumirea calificării<sup>1</sup> dobândită în urma absolvirii programului de studii:</b>	Specialist în mass-media și relații publice
<b>Nivelul calificării (conform CNC/CEC):</b>	Nivel 7
<b>Titlul acordat:</b>	Master în Științe ale Comunicării
<b>Durata studiilor (în ani):</b>	2
<b>Număr de credite (ECTS):</b>	120
<b>Forma de învățământ:</b>	Învățământ cu frecvență
<b>Limba de predare:</b>	Română
<b>Locația geografică de desfășurare a studiilor:</b>	Timișoara
<b>Ocupații care pot fi practicate pe piața muncii:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Specialist în relații publice – cod COR 243201/cod ESCO 2432.9</li> <li>• Purtător de cuvânt – cod COR 243206</li> <li>• Specialist protocol și ceremonial – cod COR 243204</li> <li>• Brand manager – cod COR 243207/ cod ESCO 2431.4</li> </ul>
<b>Alte ocupații pentru care programul de studii universitare formează competențe:</b>	-
<b>Încadrarea programului de studii în domeniul de știință</b>	
<b>Domeniul fundamental:</b>	Științe sociale
<b>Ramura de știință:</b>	Științe ale comunicării
<b>Domeniul de studii universitare de masterat:</b>	Științe ale comunicării
<b>Denumirea domeniului larg de studii (conform DL-ISCED F-2013):</b>	Științe sociale, jurnalism și informare

<sup>1</sup> *Calificarea (qualification)* este rezultatul formal al unui proces de evaluare și validare, care este obținut atunci când un organism/o autoritate competent/ă stabilește că o persoană a dobândit rezultate ale învățării corespunzătoare unor standarde prestabilite. Calificările dobândite de absolvenții programelor de studii din învățământul superior sunt atestate prin diplome, prin certificate și prin alte acte de studii eliberate numai de către instituțiile de învățământ superior acreditate.

<b>Denumirea domeniului <u>restrâns</u> de studii (conform DR-ISCED F-2013):</b>	Programe și calificări interdisciplinare care implică științele sociale, jurnalismul și informarea
<b>Denumirea domeniului <u>detaliat</u> de studii (conform DDS-ISCED F-2013):</b>	Programe și calificări interdisciplinare care implică științele sociale, jurnalismul și informarea
<b>Data expirării acreditării domeniului de studii:</b>	09.05.2029

## 2. Date statistice privind procesul de admitere

### 2.1. Evoluția numărului de studenți înmatriculați în anul I



Evoluția numărului de studenți înmatriculați în anul I la programul de studii universitare de masterat *Mass-media și relații publice în context digital* indică o dinamică fluctuantă, cu valori relativ apropiate în majoritatea anilor analizați. După un maxim de studenți înmatriculați înregistrat în anul universitar 2023-2024, se observă o scădere în ultimii doi ani, revenind la niveluri comparabile cu cele din perioada anterioară, fără a contura o tendință clară de creștere sau declin pe termen lung.

### 2.2. Numărul de candidați la procesul de admitere

Anul universitar	Număr de candidați* / număr de locuri finanțate de la bugetul de stat	Număr de candidați* / număr total de locuri
2024-2025	0,93	0,19
2025-2026	1,06	0,24

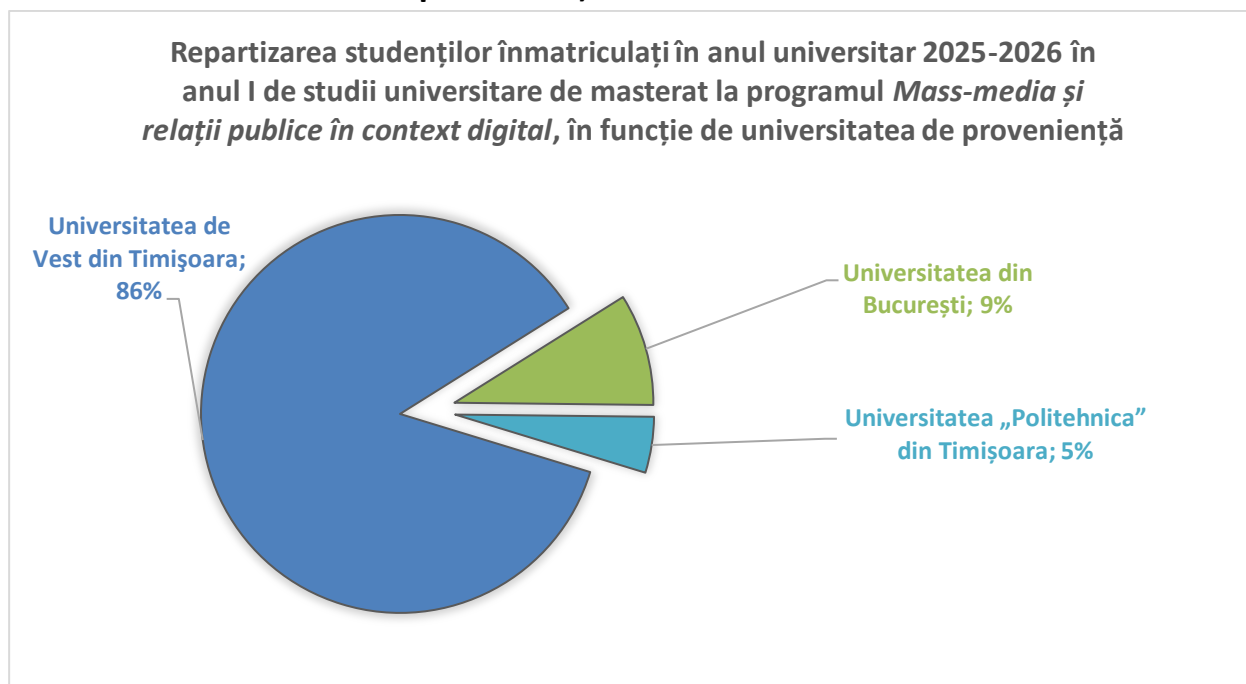
**\*Candidați eligibili care au avut ca primă opțiune programul de studii universitare de masterat *Mass-media și relații publice în context digital* la sesiunea de admitere din luna iulie.**

*Tabel 1. Numărul de candidați la procesul de admitere, raportat la numărul de locuri finanțate de la bugetul de stat disponibile, respectiv la numărul total de locuri*

Datele arată că, în ambii ani analizați, numărul de candidați care au ales programul de studii ca primă opțiune este apropiat de numărul locurilor finanțate de la buget. Creșterea raportului în anul universitar 2025-2026 (de la 0,93 la 1,06) sugerează o ușoară **creștere a interesului pentru locurile finanțate de la bugetul de stat.**

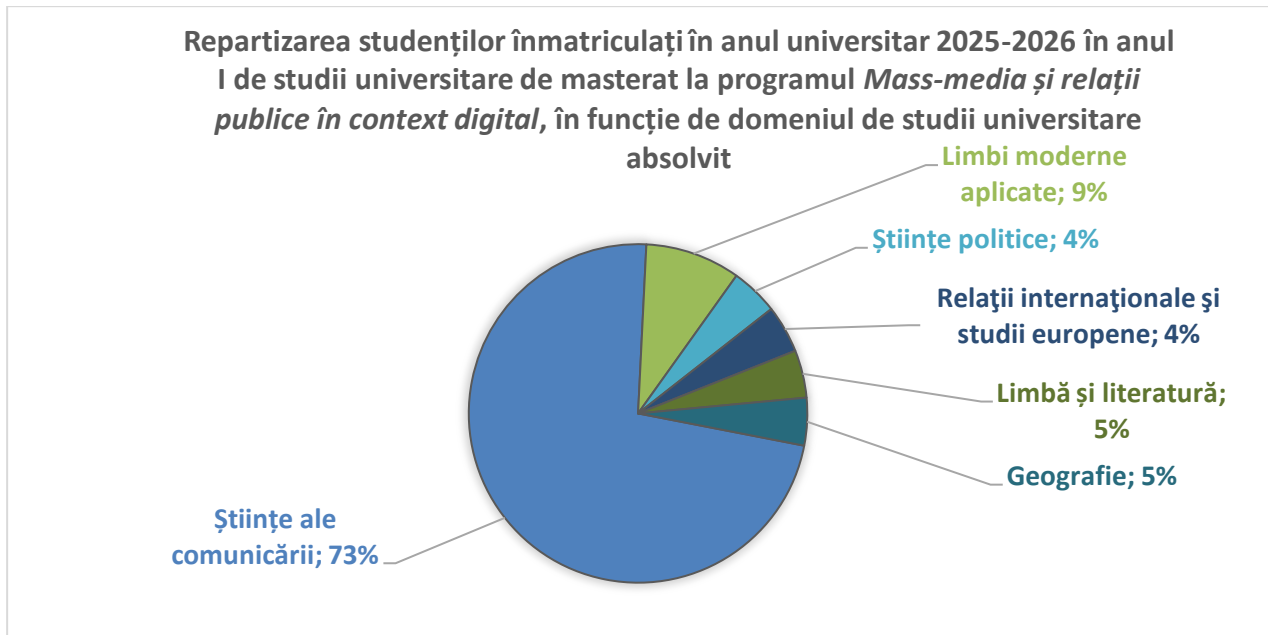
În schimb, raportarea la numărul total de locuri evidențiază o **ocupare redusă a locurilor cu taxă**, ceea ce indică faptul că opțiunea pentru acest program de studii este motivată preponderent de disponibilitatea locurilor finanțate de la bugetul de stat, iar atractivitatea pentru locurile cu taxă rămâne limitată.

### 2.3. Universitatea de proveniență



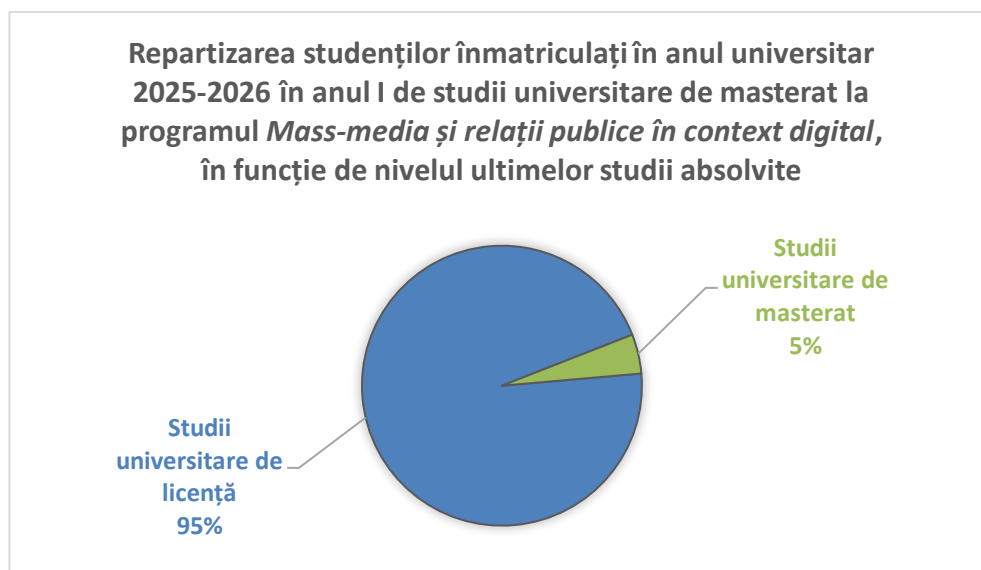
Repartizarea studenților în funcție de universitatea de proveniență arată că majoritatea studenților înmatriculați în anul I la programul de studii universitare de masterat ***Mass-media și relații publice în context digital*** provin de la **Universitatea de Vest din Timișoara (86%)** și doar 14% dintre absolvenți provin de la o alte două universități din Timișoara și din țară. Această structură indică faptul că programul este ales, în principal, de absolvenții proprii care își continuă studiile tot în cadrul UVT atrăgând într-o măsură limitată candidați proveniți din alte centre universitare.

## 2.4. Domenii de studii universitare absolvite



Repartizarea studenților în funcție de domeniul studiilor universitare absolvite arată că majoritatea studenților înmatriculați la programul de studii universitare de masterat *Mass-media și relații publice în context digital* provin din domeniul **Științe ale comunicării (73%)**, ceea ce indică o continuitate clară a parcursului academic. Totodată, la acest program de studii sunt înmatriculați și absolvenți ai altor domenii de studii, precum Limbi moderne aplicate, Limbă și literatură, Științe politice, Relații internaționale și studii europene etc., fiecare cu ponderi mai reduse.

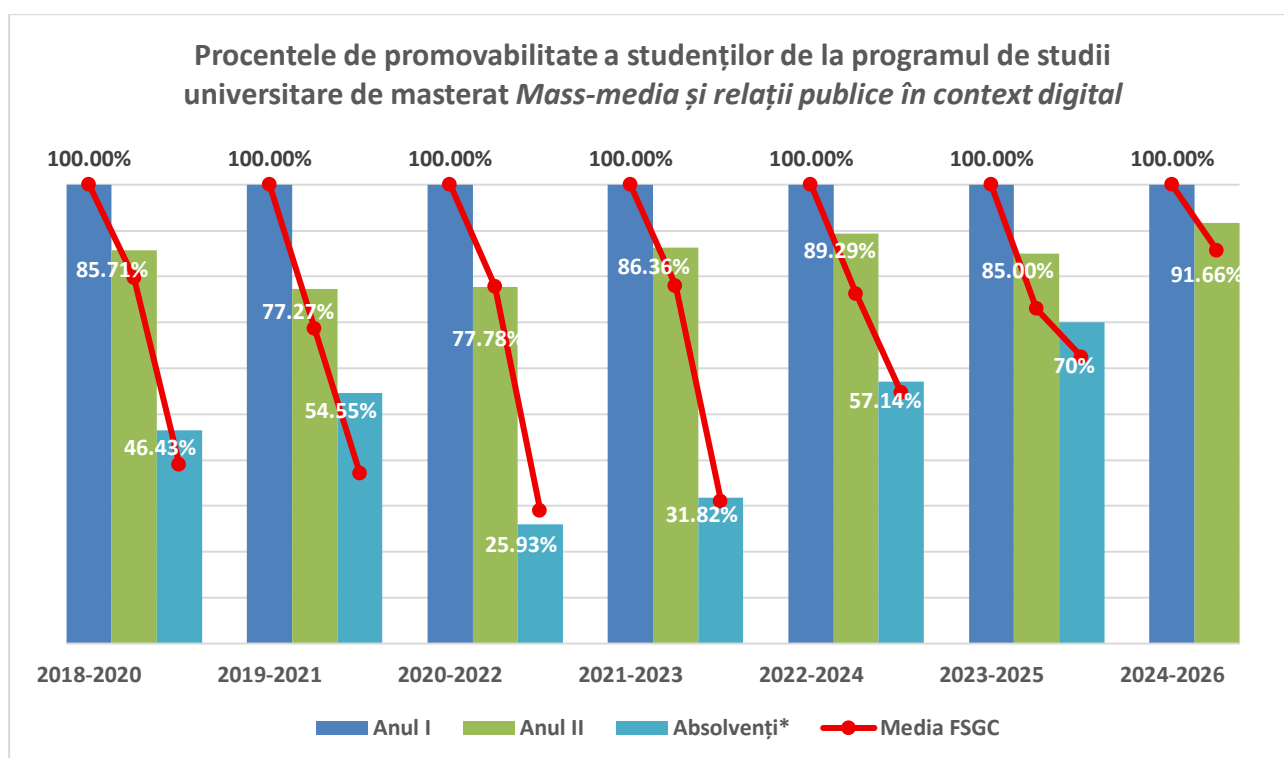
## 2.5. Ultimele studii absolvite



Repartizarea studenților în funcție de nivelul ultimelor studii absolvite arată că aproape toți studenții înmatriculați (95%) sunt absolvenți ai ciclului de studii universitare de licență, în timp ce doar 5% au absolvit anterior un program de studii universitare de masterat. Acest lucru indică faptul că programul de studii universitare masterat **Mass-media și relații publice în context digital** este urmat, în principal, imediat după finalizarea ciclului de studii universitare de licență, ca o continuare firească a parcursului educațional.

### 3. Date statistice privind parcursul studenților

#### 3.1. Promovabilitate



\*Absolvenți cu examen de finalizare promovat în promoția curentă.

Promoția	Anul I	Anul II			Absolvenți cu examen de finalizare promovat în promoția curentă		
		Numeric	Procentual*	Procentual la nivelul FSGC*	Numeric	Procentual*	Procentual la nivelul FSGC*
2018-2020	28	24	85,71%	79,65%	13	46,43%	38,95%
2019-2021	22	17	77,27%	68,57%	12	54,55%	37,14%
2020-2022	27	21	77,78%	77,86%	7	25,93%	29,01%
2021-2023	22	19	86,36%	78,00%	7	31,82%	31,00%
2022-2024	28	25	89,29%	76,19%	16	57,14%	54,76%
2023-2025	40	34	85,00%	72,93%	28	70,00%	62,40%
2024-2026	24	22	91,66%	85,71%	-	-	-

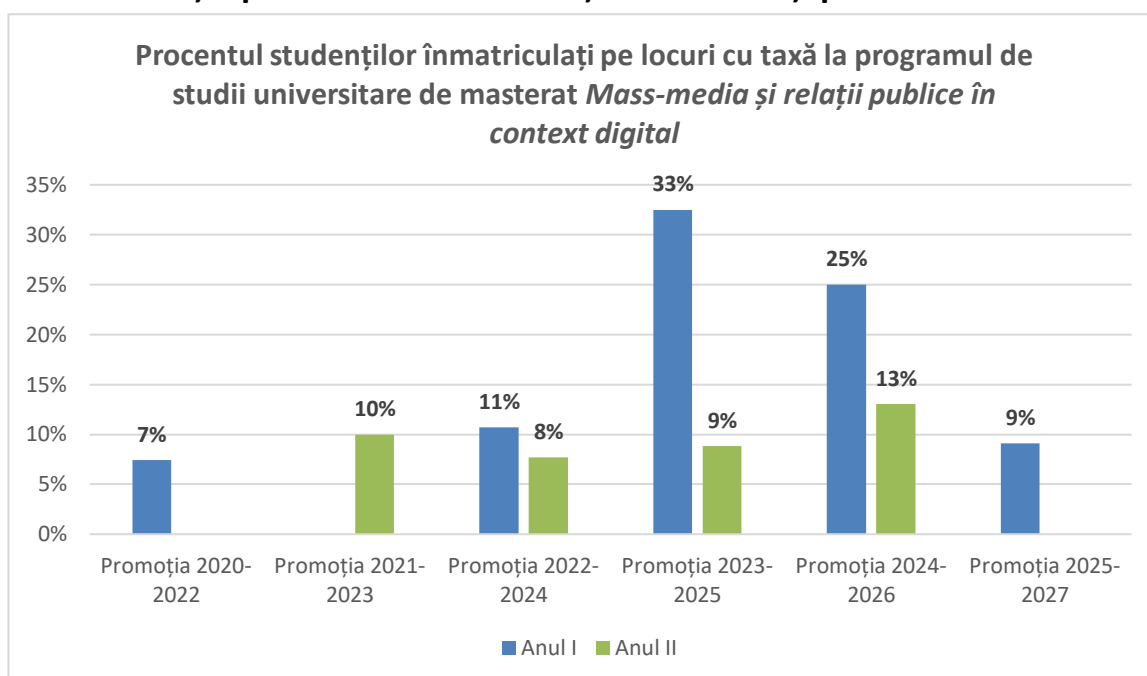
\*Raportat la anul I de studii.

*Tabel 2. Procentele de promovabilitate a studenților de la programul de studii universitare de masterat **Mass-media și relații publice în context digital***

Datele privind promovabilitatea la programul de studii universitare de masterat **Mass-media și relații publice în context digital** indică **procente destul de ridicate de promovare în anul al II-lea de studii**, situate în fiecare promoție peste 75% și, în majoritatea promoțiilor, peste media **Facultății de Științe ale Guvernării și Comunicării**.

În ceea ce privește **absolvenții cu examen de finalizare promovat în promoția curentă**, se observă **variații mai pronunțate de la o promoție la alta**, cu valori mai reduse în unele promoții (în special 2020-2022 și 2021-2023), dar cu o creștere semnificativă în ultimele 2 promoții, culminând cu 70% în promoția 2023-2025.

### 3.2. Evoluția procentului de studenți înmatriculați pe locuri cu taxă



**\*Sunt cuprinși toți studenții înmatriculați, inclusiv reînmatriculați, admiși în an superior etc.**

Procentul studenților înmatriculați pe locuri cu taxă la programul de studii universitare de masterat **Mass-media și relații publice în context digital** este, în general, **reduc și fluctuant** de la o promoție la alta. În anul al II-lea de studii, ponderea studenților pe locuri cu taxă scade vizibil, ca urmare a **retragerii de la studii a studenților sau a redistribuirii pe locurile finanțate de la stat sau cu taxă**, dar și a faptului că opțiunea pentru acest program de studii rămâne concentrată, în principal, asupra locurilor finanțate de la buget.