

CZU: 070:[005.51:005.21]

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.7310523>

ROLUL COMITETULUI MANAGERIAL AL INSTITUȚIEI PUBLICE AUDIOVIZUALE DIN PERSPECTIVA GESTIUNII STRATEGICE

Vitalie GUȚU

Universitatea de Stat din Moldova

Lucrarea de față vine să reliefeze aspecte definitorii privind fenomenul de gestiune strategică, care într-o eră a audienței se impune ca un imperativ în dezvoltarea eficientă a unei instituții. Anume din perspectiva necesității creării de conținuturi jurnalistice de calitate, cu un mesaj bine definit și targetat, entitățile de presă încearcă să-și identifice profilul și locul pe piața mediatică. Dezvoltarea instituțiilor media se realizează cu pași rapizi, pornind de la provocările economice și politice, dar și de la aspectele sociale, care se reflectă într-o măsură mai mare sau mai mică asupra realității în care trăim. De aceea, managerii entităților de presă își conturează planul de activitate reieșind din mișcările tectonice care au loc în spațiul mediatic internațional adaptându-l scenariului intern. În acest context, rolul și misiunea mass-mediei cu statut public devin primordiale. Or, gestiunea strategică media ca domeniu complex implică arii de management bazate pe diverse instrumente media sau logistice, pe reglementări normative, toate cu scopul de a forma sistemul mass-media ca o industrie puternică și de a o integra plenar și multidimensional în peisajul instituțiilor publice naționale.

Cuvinte-cheie: *gestiune strategică, entitate media, instituție audiovizuală, plan de activitate, comitet managerial, conținut jurnalistice.*

THE ROLE OF THE MANAGERIAL COMMITTEE OF THE PUBLIC AUDIOVISUAL INSTITUTION FROM THE PERSPECTIVE OF STRATEGIC MANAGEMENT

The present study is about to concretize defining aspects regarding the phenomenon of strategic management, which, in an era of audience, is increasingly required to make this a priority. Namely from the perspective of the need to create quality journalistic content, with a well-defined message and target, the press seeks to identify its profile and place in the media market. The development of media institutions is achieved with rapid steps, starting from the economic and political challenges, but also from the social aspects, which are reflected to a greater or lesser extent on the reality in which we live. Therefore, the managers of the press entities outline the activity plan from the perspective of the tectonic movements that take place in the international media space, adapting it to the internal scenario. In this context, the role and mission of the media with public status become paramount. Or, strategic media management, as a complex field, involves management areas based on various media or logistical tools, on normative regulations, all with the aim to form the media system as a strong industry and to integrate it successfully in the areas of national public institutions.

Keywords: *strategic management, media entity, audiovisual institution, activity plan, management committee, journalistic content.*

Prezentat la 30.09.2022

Publicat: noiembrie 2022