

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT

Valabil începând cu anul universitar 2025-2027

Facultate:	Științe ale Guvernării și Comunicării
Ciclul de studii universitare:	Masterat
Denumirea programului de studii universitare de masterat:	Mass-media și relații publice în context digital
Denumirea calificării¹ dobândită în urma absolvirii programului de studii:	<i>Specialist în mass-media și relații publice</i>
Durata studiilor (în ani):	2 ani
Forma de învățământ²:	Cu frecvență (IF)
Limba de predare:	Română
Locația geografică de desfășurare a studiilor:	Timișoara
Încadrarea programului de studii în domenii de știință	
Domeniul fundamental:	Științe sociale
Ramura de știință:	Științe ale comunicării
Domeniul de studii universitare de masterat:	Științe ale comunicării
Denumirea domeniului <u>larg</u> de studii (conform DL-ISCED F-2013):	Științe sociale, jurnalism și informare
Denumirea domeniului <u>restrâns</u> de studii (conform DR-ISCED F-2013):	Programe și calificări interdisciplinare care implică științele sociale, jurnalismul și informarea
Denumirea domeniului <u>detaliat</u> de studii (conform DDS-ISCED F-2013):	Programe și calificări interdisciplinare care implică științele sociale, jurnalismul și informarea

¹ 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.

² Învățământ cu frecvență (IF) sau învățământ cu frecvență redusă (IFR)

PREZENTAREA GENERALĂ A PROGRAMULUI DE STUDII UNIVERSITARE DE MASTERAT MASS-MEDIA ȘI RELAȚII PUBLICE ÎN CONTEXT DIGITAL

1. Misiunea programului de studii

Conform Cartei universitare (articolul 5), **misiunea generală a UVT este de cercetare științifică avansată și educație, generând și transferând cunoaștere către societate** prin:

a) cercetare științifică, dezvoltare, inovare și transfer tehnologic, prin creație individuală și colectivă, în domeniul științelor, al științelor ingineresti, al literelor, al artelor, prin asigurarea performanțelor și dezvoltării fizice și sportive, precum și valorificarea și diseminarea rezultatelor acestora;

b) formare inițială și continuă, la nivel universitar, în scopul dezvoltării personale, a inserției profesionale a individului și a satisfacerii nevoilor de competențe ale mediului socio-economic.

UVT își asumă misiunea proprie de catalizator al dezvoltării societății românești prin crearea unui mediu inovativ și participativ de cercetare științifică, de învățare, de creație cultural-artistică și de performanță sportivă, transferând spre comunitate competențe și cunoștințe prin serviciile de educație, cercetare și de consultanță pe care le oferă partenerilor din mediul economic și socio-cultural.

Realizarea misiunii UVT se concretizează în (*articolul 6 din Carta UVT*):

- promovarea cercetării științifice, a creației literar-artistice și a performanței sportive;
- formarea inițială și continuă a resurselor umane calificate și înalt calificate;
- dezvoltarea gândirii critice și a potențialului creativ al membrilor comunității universitare;
- crearea, teaurizarea și răspândirea valorilor culturii și civilizației umane;
- promovarea interferențelor multiculturale, plurilingvistice și interconfesionale;
- afirmarea culturii și științei românești în circuitul mondial de valori;
- dezvoltarea societății românești în cadrul unui stat de drept, liber și democrat.

Principiile care guvernează organizarea și funcționarea UVT sunt următoarele (*articolul 2 din Carta UVT*):

- principiul autonomiei universitare;
- principiul libertății academice;
- principiul răspunderii publice;
- principiul asigurării calității;
- principiul centrării educației pe student;
- principiul echității;
- principiul eficienței manageriale și financiare;
- principiul transparenței;
- principiul respectării drepturilor și libertăților studenților și ale personalului academic;
- principiul libertății de gândire și al independenței față de ideologii, dogme religioase și doctrine politice;

- principiul libertății de mobilitate națională și internațională a studenților, a cadrelor didactice și a cercetătorilor;
- principiul fundamentării deciziilor pe dialogul și consultarea cu toți partenerii sociali;
- principiul respectării dreptului la opinie al studentului ca beneficiar direct al învățământului superior;
- principiul sprijinirii învățării de-a lungul întregii vieți;
- principiul incluziunii sociale;
- principiul asigurării egalității de șanse.

Programul de masterat *Mass Media și Relații Publice în context digital* se încadrează în categoria masteratelor profesionale. Acest masterat își asumă misiunea de a pregăti specialiști în domenii precum mass media și relații publice, în ocupații corespunzătoare prevăzute în COR, în conformitate cu piața forței de muncă din România și din regiunea de Vest. Competențele pe care le formează privesc îndeosebi redactarea de materiale specifice acestor domenii profesionale. De asemenea, masteratul oferă cadrul necesar pentru a dezvolta cercetarea în domeniul Științe ale comunicării, cât și pentru pregătirea studenților în vederea continuării studiilor la nivel doctoral.

De asemenea, prin Programul de studii *Mass Media și Relații Publice în context digital* ne propunem să dezvoltăm cercetarea științifică în domeniul Științe ale Comunicării și să contribuim la dezvoltarea eficienței comunicării și a relațiilor publice din regiunea de Vest a României. Obiectivele programului de studii *Mass Media și Relații Publice în context digital* sunt:

1.1. Obiectiv general

În conformitate cu misiunea și obiectivele asumate de către Universitatea de Vest din Timișoara (*Carta Universității de Vest din Timișoara*, p. 5-6), obiectivul general constă în formarea de profesioniști cu înaltă calificare în acord cu sistemul european al calificărilor în învățământul superior prin asigurarea dobândirii cunoștințelor și competențelor necesare pentru specialiștii cu studii superioare.

1.2. Obiectiv specific

Programul de studii *Mass Media și Relații Publice în context digital* are ca obiectiv formarea de specialiști în domeniul mass-media, comunicării și a relațiilor publice prin discipline specifice care să asigure competențele și abilitățile necesare performanței profesionale. Întregul proces educativ este proiectat astfel încât să asigure normele de calitate, libertatea opiniilor și să elimine orice formă de discriminare.

2. Competențe și rezultate așteptate ale învățării formate în cadrul programului de studii

2.1. COMPETENȚE³

Competențe-cheie⁴:

- Competențe de alfabetizare.
- Competențe multilingvistice.
- Competențe digitale
- Competențe personale, sociale și de a învăța să înveți.

Competențe profesionale⁵:

- analizează factorii externi ai societăților - efectuează activități de cercetare și analiză a factorului extern care ține de întreprinderi, cum ar fi consumatorii, poziția pe piață, concurenții și situația politică;
- desfășoară activități de relații publice (PR) gestionând modul de difuzare a informațiilor dintre o persoană sau o organizație și public;
- dezvoltă strategii de comunicare - gestionează sau contribuie la conceperea și punerea în aplicare a planurilor de comunicare internă și externă ale unei organizații, inclusiv prezența sa online;
- elaborează strategii de relații publice - planifică, coordonează și depune toate eforturile necesare în cadrul unei strategii de relații publice, cum ar fi definirea obiectivelor, pregătirea comunicărilor, contactarea partenerilor și difuzarea informațiilor între părțile interesate;
- face prezentări publice - vorbește în public și interacționează cu cei prezenți. Pregătește afișe, planuri, grafice și alte informații în sprijinul prezentării;
- oferă consiliere în ceea ce privește imaginea publică - cum ar fi un politician, artist sau o altă persoană care se ocupă de public cu privire la modalitatea de a se prezenta astfel încât să câștige cea mai mare parte a opiniei publice sau a publicului țintă;
- oferă consiliere în ceea ce privește relațiile publice - oferă consiliere întreprinderilor sau organizațiilor publice cu privire la gestionarea relațiilor publice și la strategii pentru a asigura comunicarea eficientă cu publicul țintă, precum și transmiterea adecvată a informațiilor;

³ *Competența (competence)* reprezintă capacitatea dovedită de a selecta, combina și utiliza adecvat cunoștințe, aptitudini și abilități personale, sociale și/sau metodologice și alte achiziții constând în valori și atitudini, pentru rezolvarea cu succes a unei anumite categorii de situații de muncă sau de învățare, precum și pentru dezvoltarea profesională ori personală în condiții de eficacitate și eficiență.

⁴ *Competențele-cheie pentru învățarea pe tot parcursul vieții* sunt acele competențe de care au nevoie toți cetățenii pentru împlinirea și dezvoltarea personală, ocuparea unui loc de muncă, incluziune socială și cetățenie activă, fiind dezvoltate în perspectiva învățării pe tot parcursul vieții, începând din copilăria mică și pe tot parcursul vieții adulte, prin intermediul învățării formale, non-formale și informale.

⁵ *Competențele profesionale* reprezintă capacitatea de a realiza activitățile cerute la locul de muncă la nivelul calitativ specificat în standardul ocupațional. Acestea se dobândesc pe cale formală, respectiv prin parcurgerea unui program organizat de o instituție acreditată.

- oferă interviuri mass-mediei - se pregătește în funcție de context și de diversitatea mijloacelor de comunicare în masă (radio, televiziune, internet, ziare etc.) și oferă un interviu;
- organizează conferințe de presă - organizează interviuri pentru un grup de jurnaliști pentru a face un anunț sau a răspunde la întrebări pe un anumit subiect;
- pregătește materiale de prezentare - pregătește documentele, diapozitivele, afișele și orice alte suporturi necesare pentru un public specific;
- protejează interesele clientului - protejează interesele și nevoile unui client prin luarea măsurilor necesare și prin studierea tuturor posibilităților, pentru a se asigura că acel client obține rezultatul preferat;
- redactează comunicate de presă - culege informații și redactează comunicate de presă cu adaptarea registrului la publicul-țintă și asigurându-se că mesajul este transmis în mod corect;
- utilizează diferite canale de comunicare - utilizează diferite tipuri de canale de comunicare, cum ar fi comunicarea verbală, scrisă de mână, digitală și telefonică, cu scopul de a construi și a face schimb de idei sau de informații;
- coordonează campanii publicitare - organizează modul de acțiune pentru promovarea unui produs sau serviciu; supraveghează producerea de anunțuri publicitare televizate, din ziare și din reviste, sugerează pachete de corespondență, campanii prin e-mail, site-uri, standuri și alte canale de promovare;
- face prezentări în direct - prezintă un discurs sau o prelegere în care demonstrează și explică publicului un nou produs sau serviciu, o nouă idee sau operă;
- realizează și promovează prin mass-media un produs de RP și a unei campanii de RP.
- programează reuniuni - programează și stabilește întâlniri sau reuniuni profesionale pentru clienți sau superiori;
- administrează procesul de planificare strategică a mărcii - gestionează procesul de planificare strategică a mărcii și asigură inovarea și progresul în ceea ce privește metodologiile de planificare a strategiei și îmbunătățirile comunicării cu consumatorii, pentru a fundamenta inovarea și strategiile pe înțelegerea și nevoile consumatorilor;
- desfășoară strategii de creare de nume de marcă - propun denumiri pentru produsele noi și cele existente; adaptările la factorii dați ai unei limbi și, în special, ai culturii sunt necesare pentru obținerea efectului dorit;
- elaborează campanii de marketing - elaborează o metodă de promovare a unui produs prin diferite canale, cum ar fi televiziunea, radioul, platformele de tipărire și platformele online și platformele de comunicare socială, cu scopul de a comunica și de a oferi valoare clienților;
- elaborează orientări specifice brandului - elaborează și pune în aplicare orientări pentru gestionarea specifică a brandului de către toate părțile interesate; discută conținutul relevant, cum ar fi așteptările viitoare și orientările specifice brandului; este pregătit(ă) să facă față provocărilor;
- implementează strategii de marketing - implementează strategii care vizează promovarea unui anumit produs sau serviciu, utilizând strategii de marketing elaborate;

- realizează analiza nevoilor consumatorilor - analizează obiceiurile și nevoile consumatorilor și ale grupurilor-țintă pentru a concepe și a aplica noi strategii de marketing și pentru a vinde mai multe mărfuri într-un mod mai eficient;
- stabilește poziționarea pe piață a mărcii - dezvoltă o identitate clară și poziția unică pe piață; comunică cu părțile interesate și se distinge de concurență;
- desfășoară activități de management de evenimente - planifică și execută toate aspectele tehnice și logistice necesare pentru un eveniment de succes.

Competențe transversale⁶:

- integrează o bază strategică în performanța zilnică - reflectează asupra bazei strategice a companiei, adică misiunea acesteia, viziune, și valorile pentru a integra acest fundament în performanța postului de muncă;
- stabilește relații cu mass-media - adoptă o atitudine profesională pentru a răspunde eficient la cerințele mass-media;
- vorbește limbi diferite - stăpânește limbi străine pentru a putea comunica într-una sau mai multe limbi străine;
- folosește tehnici de comunicare - aplică tehnici de comunicare care permit interlocutorilor să se înțeleagă mai bine și pentru a realiza o comunicare corectă în transmiterea mesajelor;
- aplică cunoștințele despre comportamentul uman - aplică principii legate de comportamentul de grup, tendințele din societate și influența dinamici sociale;
- practică ascultarea activă – acordă atenție la ceea ce spun ceilalți, înțelege cu răbdare punctele arătate, punând întrebări adecvate și nu face întreruperi la momente nepotrivite; poate asculta cu atenție nevoile clienților, pasagerilor, utilizatorilor serviciilor sau altele și oferă soluții în consecință;
- este conștient de dimensiunea interculturală - este sensibil la diferențele culturale, luând măsuri pentru a facilita interacțiunea pozitivă între organizații internaționale, grupuri sau persoane din culturi diferite și promovează integrarea acestora într-o comunitate.

2.2. REZULTATE AȘTEPTATE ALE ÎNVĂȚĂRII⁷

a) Cunoștințe⁸ - Conform *Cadrului European al Calificărilor (European Qualifications Framework – EQF)*, rezultatele învățării aferente **nivelului 7 de calificare**, corespunzător studiilor universitare de masterat, presupun **cunoștințe foarte specializate și conștientizarea**

⁶ *Competențele transversale* reprezintă achizițiile valorice și atitudinale care depășesc un anumit domeniu/program de studii și se exprimă prin următorii descriptori: autonomie și responsabilitate, interacțiune socială, dezvoltare personală și profesională.

⁷ *Rezultatele învățării (learning outcomes)* înseamnă enunțuri care se referă la ceea ce cunoaște, înțelege și este capabil să facă un cursant la terminarea unui proces de învățare și care sunt definite sub formă de cunoștințe, abilități, responsabilitate și autonomie.

⁸ *Cunoștințele (knowledge)* înseamnă rezultatul asimilării de informații prin învățare. Cunoștințele reprezintă ansamblul de fapte, principii, teorii și practici legate de un anumit domeniu de muncă sau de studiu. Cunoștințele sunt descrise ca fiind teoretice și/sau faptice. Cunoștințele se exprimă prin următorii descriptori: cunoaștere, înțelegere și utilizare a limbajului specific, explicare și interpretare.

critică a acestora, unele dintre ele situându-se în avangarda nivelului de cunoștințe dintr-un domeniu de muncă sau de studiu, ca bază a unei gândiri și/sau cercetări originale:

- definirea segmentelor de public;
- definirea țințelor;
- definirea misiunii, viziunii, valorilor și obiectivelor unei organizații;
- cunoașterea principiilor de comunicare: ascultarea activă, stabilirea relației, adaptarea registrului și respectarea intervenției celorlalți;
- cunoașterea principiilor de etică în ceea ce privește utilizarea adecvată a rețelelor sociale și a canalelor mediatice prin intermediul cărora este partajată activitatea;
- cunoașterea legislației care descrie protecția drepturilor autorilor originali asupra muncii lor și modul în care alte persoane o pot utiliza;
- cunoașterea mijloacelor de comunicare în masă, cum ar fi televiziunea, ziarele și radioul, care ajung la majoritatea populației și o influențează;
- arta discursului care vizează îmbunătățirea capacității scriitorilor și vorbitorilor de a informa, convinge sau motiva publicul;
- strategiile și practicile, inclusiv vânzările de canale, care implică distribuirea directă și indirectă de produse prin intermediul partenerilor pentru a aduce produsele consumatorului final;
- încadrarea informațiilor pentru a juca un rol în opinia publică;
- cunoașterea principiilor privind comportamentul clienților și piețele-țintă în vederea promovării și vânzării unui produs sau a unui serviciu;
- culegerea de informații despre clienți și definirea segmentelor și țințelor.

b) Abilități⁹ - Conform *Cadrului European al Calificărilor (European Qualifications Framework – EQF)*, rezultatele învățării aferente **nivelului 7 de calificare**, corespunzător studiilor universitare de masterat, presupun **abilități de specialitate pentru rezolvarea problemelor în materie de cercetare și/sau inovare, pentru dezvoltarea de noi cunoștințe și proceduri și pentru integrarea cunoștințelor din diferite domenii:**

- pregătirea și realizarea unor materiale specifice domeniului comunicării și al relațiilor publice;
- aplicarea unor tehnici specifice de comunicare în domeniul relațiilor publice și în domenii conexe;
- punerea în practică strategiilor, metodelor și tehnicilor de redactare și de comunicare în mass-media și relații publice (RP);
- identificarea și descrierea tipurilor diferite de audiență/public implicate în comunicarea mass-media și relații publice;
- elaborarea proiectelor de intervenție în domeniul de specialitate;
- elaborarea de produse/campanii de relații publice în condiții prestabilite;

⁹ *Abilitatea (skill)* reprezintă capacitatea de a aplica și de a utiliza cunoștințe pentru a duce la îndeplinire sarcini și pentru a rezolva probleme. Abilitățile sunt descrise ca fiind cognitive (implicând utilizarea gândirii logice, intuitive și creative) sau practice (implicând dexteritate manuală și utilizarea de metode, materiale, unelte și instrumente). Abilitățile se exprimă prin următorii descriptori: aplicare, transfer și rezolvare de probleme, reflecție critică și constructivă, creativitate și inovare.

- adaptarea instrumentelor tehnice și strategice de comunicare digitală ținând cont de deontologie și responsabilitate socială;
- aplicarea legislației naționale și europene privind liberul acces la informație, proprietatea intelectuală, drepturile de autor, copyrightul etc. în procesul comunicării profesionalizate și în activitățile de informare-documentare;
- folosirea tehnologiilor adecvate în realizarea și comunicarea profesionalizată a diverselor produse de informare, cu respectarea dreptului publicului de a fi informat corect;
- conceperea și analizarea unei baze de date privind nevoile, interesele, obișnuințele, preocupările și așteptările unui segment din public/audiență;
- reflectarea în mass-media a crizelor, conflictelor și proceselor de negociere și dezbateră publică din organizații;
- identificarea metodelor de cercetare, a tehnicilor și instrumentelor de cercetare adecvate în scopul analizei comunicării;
- identificarea și utilizarea eficientă a limbajului și cunoștințelor de specialitate;
- formularea unor idei și enunțuri clare, respectând normele de citare, trimitere bibliografică, adnotare, parafrizare, proprietate intelectuală
- interpretarea elementelor redacționale ale documentelor pentru a le transpune în forma cerută de normele de redactare;
- integrarea într-un plan de strategie online a unei baze de date privind nevoile, interesele, obișnuințele, preocupările și așteptările unui segment din public/audiență;
- elaborarea unor proiecte de investigație și de intervenție în domeniul de specialitate;
- elaborarea de strategii;
- planificarea, dezvoltarea și punerea în aplicare a unor strategii de management al platformelor de comunicare socială, al publicațiilor, a instrumentelor de management al platformelor de comunicare socială și a imaginii organizațiilor în acestea;
- crearea și de partajarea conținutului mediatic și de publicare pentru a dobândi clienți;
- facilitarea acordurilor sau a tratatelor internaționale încheiate cu alte țări prin desfășurarea de negocieri și încercarea de a proteja interesele guvernului din țara de origine;
- gestionarea modului de difuzare a informațiilor dintre o persoană sau o organizație și public;
- pregătirea materialelor grafice necesare prezentărilor publice;
- monitorizarea presei și întocmirea bazelor de date cu jurnaliști și instituții de presă;
- supravegherea producerii materialelor publicitare.

c) Autonomie și responsabilitate¹⁰ - Conform *Cadrului European al Calificărilor (European Qualifications Framework – EQF)*, rezultatele învățării aferente **nivelului 7 de calificare**, corespunzător studiilor universitare de masterat, presupun *gestionarea și transformarea situațiilor de muncă sau de studiu care sunt complexe, imprevizibile și necesită noi abordări strategice, prin asumarea responsabilității pentru a contribui la cunoștințele și practicile profesionale și/sau pentru revizuirea performanței strategice a echipelor*:

- respectarea unor termene de predare;

¹⁰ *Responsabilitate și autonomie (responsibility and autonomy)* înseamnă capacitatea cursantului de a aplica în mod autonom și responsabil cunoștințele și aptitudinile sale.

- adaptarea instrumentelor conceptual-tehnice și strategice oferite de gândirea critică ținând cont de deontologie și responsabilitate socială;
- conștientizarea importanței disciplinei în formarea profesională;
- evaluarea obiectivă și continuă a nevoii proprii de formare profesională și a perspectivelor de dezvoltare profesională la locul de muncă și în alte locuri de muncă de pe piața muncii;
- autoevaluarea nevoii de formare profesională, în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii;
- gândire analitică și critică, raportată la interpretarea unor evenimente curente;
- separarea informațiilor corecte de cele false;
- respectarea literei și a spiritului legilor naționale și europene privind proprietatea intelectuală în procesul comunicării profesionalizate;
- respectarea normelor etice și deontologice;
- folosirea unor limbi străine;
- împărtășirea cunoștințelor, experiențelor și resurselor informaționale, folosind canalele adecvate de comunicare profesionalizată;
- utilizarea în mod eficient și sustenabil a resurselor și tehnicilor retoricii sau gândirii critice pentru dezvoltarea personală și profesională;
- executarea în mod responsabil a sarcinilor profesionale;
- capacitatea de a aborda în mod realist – cu argumentare atât teoretică, cât și practică, a unor situații-problemă cu grad ridicat de complexitate, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora;
- aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea unor sarcini de coordonare pe paliere diverse;
- manifestarea deschiderii față de tradiția culturii libere și față de accesul deschis la sursele comunităților creative;
- descurajarea, prin argumente logice și concludente, „furtul” rezultatelor muncii creatorilor de conținut;
- familiarizarea cu rolurile și activitățile specifice muncii în echipă și distribuirea de sarcini pentru nivelurile subordonate;
- capacitatea de a informa, convinge sau motiva publicul;
- capacitatea de analiză și sinteză;
- respectarea codurilor etice și profesionale din domeniul comunicării și al relațiilor publice;
- rezolvarea în mod realist, cu argumentare teoretică și practică, unele situații profesionale în vederea soluționării etice a acestora;
- alegerea și aplicarea celor mai potrivite metode și tehnici de comunicare, de ascultare activă și de negociere;
- identificarea și aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea unor sarcini pe paliere ierarhice;
- antrenarea abilităților de persuasiune și tehnicile de negociere prin aplicarea unor grile specifice;
- identificarea și utilizarea eficientă a limbajului și cunoștințelor de specialitate;

- dezvoltarea și implementarea ideilor creative;
- compararea soluțiilor adoptate în spețe similare și propunerea de alternative;
- participarea în echipe de profil sau coordonarea lor;
- înțelegerea aspectelor punctate în cadrul discuțiilor interactive cu jurnaliștii;
- îmbunătățirea comunicării cu consumatorii;
- adaptabilitatea la diversele culturi și limbi cu care interacționează prin intermediul comunicării cu publicul țintă și cu partenerii.

3. Ocupații care pot fi practicate pe piața muncii

- Purtător de cuvânt – cod COR 243206
- Specialist în relații publice – cod COR 243201
- Specialist protocol și ceremonial – cod COR 243204
- Brand manager – cod COR 243207

4. Asigurarea traseelor flexibile de învățare în cadrul programului de studii

Flexibilizarea programului de studii este asigurată prin discipline opționale, prin programele de mobilități precum ERASMUS+, prin Programul de cooperare finanțat prin Mecanismul Financiar al SEE, bursele oferite de Agenția de Credite și Burse de Studii sau cele oferite prin Programul Fulbright. De asemenea, UVT este membră a consorțiului UNITA, o alianță europeană de universități comprehensive, care oferă studenților posibilitatea să-și diversifice și să-și individualizeze parcursul curricular prin participarea virtuală la unul sau două cursuri oferite de universitățile UNITA.

Disciplinele la alegere (opționale) sunt propuse pentru semestrele 3-4 și sunt grupate în **pachete opționale**, care completează traseul de specializare a studentului. Alegerea traseului se face de către student, înainte de începerea fiecărui an universitar.

Disciplinele facultative sunt propuse pentru semestrele 1-4 de către Departamentul de Științe Politice sau Facultatea de Științe Politice, Filosofie, și Științe ale Comunicării, care gestionează programul de studii, dar pot fi alese și din pachetele oferite de alte facultăți ale UVT.

În conformitate cu prevederile *Regulamentului privind elaborarea planurilor de învățământ pentru programele de studii de la Universitatea de Vest din Timișoara*, pentru ca studenții să poată beneficia de **credite pentru activități de voluntariat** în baza prevederilor Legii Învățământului Superior nr. 199/2023, cu modificările și completările ulterioare, disciplina Voluntariat este disponibilă în fiecare semestru în planurile de învățământ ale tuturor programelor de studii universitare de licență și de masterat, cu statut de disciplină facultativă, cu un număr de 2 credite ECTS.

5. Activitatea profesională și evaluarea studenților

Drepturile, obligațiile și condițiile desfășurării activității profesionale a studenților la Universitatea de Vest din Timișoara sunt reglementate prin *Codul drepturilor și obligațiilor studentului și Regulamentul privind activitatea profesională a studenților de la ciclurile de studii universitare de licență și de masterat din UVT*, aprobat de Senatul UVT.

Forma și metodele de evaluare/examinare pentru fiecare disciplină din planul de învățământ se stabilesc prin fișele disciplinelor.

6. Examenul de finalizare a studiilor

În conformitate cu *Regulamentul privind organizarea și desfășurarea examenelor de finalizare a studiilor universitare de licență și de masterat la Universitatea de Vest din Timișoara*, aprobat de Senatul UVT, examenul de finalizare a studiilor universitare de masterat la orice program de studii universitare de masterat organizat la UVT constă într-o probă de elaborare și susținere a lucrării de disertație, pentru care se acordă **10 credite**.

Tematica și bibliografia corespunzătoare probelor examenului de finalizare a studiilor se publică pe site-ul propriu al fiecărei facultăți și/sau pe site-ul UVT înainte de începutul fiecărui an universitar.

Înscrierea la examenul de finalizare a studiilor este condiționată de alegerea de către student a temei lucrării de finalizare a studiilor în cel mult 60 de zile de la începutul anului universitar al anului de studii terminal.

Depunerea variantei finale a lucrării de finalizare a studiilor pe platforma de e-learning se face cu cel puțin 5 zile lucrătoare înainte de data programată pentru începerea examenului.

Fiecare lucrare de finalizare a studiilor va fi însoțită, în momentul depunerii, de *Raportul de similaritate* rezultat ca urmare a verificării originalității lucrării de finalizare a studiilor universitare printr-un soft specializat, pe platforma de e-learning a UVT.

Conform structurii anului universitar, la UVT examenele de finalizare a studiilor universitare se pot organiza în 3 sesiuni, de regulă în lunile iulie, septembrie și februarie.

- Perioada de întocmire a disertației: semestrele 3-4;
- Perioada de definitivare a disertației: ultimele 3 săptămâni din semestrul 4;
- Perioada de susținere a examenului de finalizare a studiilor: 1-30 iulie;
- Organizarea examenului de finalizare a studiilor se face conform normelor în vigoare la data desfășurării acestuia.

7. Pregătirea pentru profesia didactică (dacă este cazul)

Studentii care doresc să opteze și pentru o carieră didactică în învățământul preuniversitar trebuie să parcurgă (complementar prezentului program de studii) și să finalizeze *Programul de formare psihopedagogică în vederea certificării competențelor pentru profesia didactică* și să obțină Certificatul de absolvire a acestui program. În Universitatea de Vest din Timișoara acest program este organizat prin intermediul Departamentului pentru Pregătirea Personalului Didactic (DPPD) și poate fi urmat în paralel cu studiile universitare sau în regim postuniversitar. Pentru mai multe informații, accesați linkul: <https://dppd.uvt.ro>.

LISTA DISCIPLINELOR STUDIATE, GRUPATE PE ANI ȘI SEMESTRE DE STUDII

Anul de studii I

An universitar 2025-2027

Nr. crt.	Disciplina	C1	C2	Cod disciplină	Semestrul I					Nr. de credite	Semestrul II				
					Număr de ore/ săptămână				Nr. de credite		Număr de ore/ săptămână				Nr. de credite
					C	S	L	P			C	S	L	P	
1.	Communicating Europe	DS	DO	C2M1101	2	1	-	-	7	-	-	-	-	-	
2.	Legislația în domeniul proprietății intelectuale – copyright și licențiere online	DD	DO	C2M1102	1	1	-	-	6	-	-	-	-	-	
3.	Etica cercetării	DF	DO	C2M1103	1	1	-	-	2	-	-	-	-	-	
4.	Practica de specialitate	DF	DO	C2M1104	-	-	-	2	2						
5.	Spațiul public online și comunicarea politică	DS	DO	C2M1105	2	1			7						
6.	Tehnici de comunicare pe platforme digitale	DD	DO	C2M1201	-	-	-	-	-	2	2	-	-	8	
7.	Open journalism și alte tendințe în jurnalismul contemporan	DS	DO	C2M1202	-	-	-	-	-	2	2	-	-	7	
8.	Campanii sociale în context digital	DF	DO	C2M1203	-	-	-	-	-	2	2	-	-	7	
9.	Tehnici de soluționare a conflictelor	DS	DOP	C2M1106	2	1	-	-	7	-	-	-	-	-	
10.	Principii și aplicații în storytelling digital	DS	DOP	C2M1107											
11.	Managementul comunicării de criză	DD	DOP	C2M1204	-	-	-	-	-	2	2	-	-	8	
12.	Aplicații ale gândirii critice în mediere și comunicare	DD	DOP	C2M1205											
Total					8	5	-	2	30	8	8	-	-	30	
Total ore didactice pe săptămână					15					16					

Discipline facultative														
Nr. crt.	Disciplina	C1	C2	Cod disciplină	Semestrul I					Semestrul II				
					Număr de ore/ săptămână				Număr de credite	Număr de ore/ săptămână				Număr de credite
					C	S	L	P		C	S	L	P	
1.	Voluntariat 1	DC	DFAC	C2M2108	-	60	-	-	2	-	-	-	-	-
2.	Voluntariat 2	DC	DFAC	C2M2205	-	-	-	-	-	-	60	-	-	2

Legendă

C1	criteriul conținutului
C2	criteriul obligativității
DF	discipline fundamentale
DD	discipline în domeniu (unde este cazul)
DS	discipline de specialitate
DC	discipline complementare
DO	discipline obligatorii (impuse)
DOP	discipline opționale (la alegere)
DFAC	discipline facultative
CP	competență profesională
CT	competență transversală
C	activitate didactică de tip curs
S	activitate didactică de tip seminar
L	activitate didactică de tip laborator practic
P	activitate didactică de tip stagiu de practică

Anul de studii II
An universitar 2026-2027

Nr. crt.	Disciplina	C1	C2	Cod disciplină	Semestrul I					Semestrul II				
					Număr de ore/ săptămână				Nr. de credite	Număr de ore/ săptămână				Nr. de credite
					C	S	L	P		C	S	L	P	
1.	Comunicare digitală	DD	DO	C2M2101	1	2	-	-	8	-	-	-	-	-
2.	Media, publicitate și RP în cultură	DS	DO	C2M2102	1	1	-	-	8	-	-	-	-	-
3.	Practică de specialitate	DS	DO	C2M2103	-	-	-	6	2	-	-	-	-	-
	Strategii de ocmunicare pentru combaterea știrilor false și ale dezinformării	DS	DO	C2M2104	-	2	-		4					
4.	Formate noi în jurnalismul cultural	DS	DO	C2M2201	-	-	-	-	-	2	2			8
5.	Industrii creative	DC	DO	C2M2202	-	-	-	-	-	2	2	-	-	8
6.	Metodologii de cercetare în elaborarea lucrării de disertație	DF	DO	C2M2203	-	-	-	-	-	1	1	-	-	7
7.	Imaginea organizației	DS	DO	C2M2204	-	-	-	-		1	1	-	-	7
Discipline opționale														
8.	Fundamentele consilierii	DD	DOP	C2M2105	2	1	-	-	8	-	-	-	-	-
9.	Tehnici de persuasiune în media digitală	DD	DOP	C2M2106										
Total					4	6	-	6	30	6	6	-	-	30
Total ore didactice pe săptămână					16					12				

Discipline facultative														
Nr. crt.	Disciplina	C1	C2	Cod disciplină	Semestrul I					Semestrul II				
					Număr de ore/ săptămână				Număr de credite	Număr de ore/ săptămână				Număr de credite
					C	S	L	P		C	S	L	P	
1.	Voluntariat 3	DC	DFAC	C2M2107	-	60	-	-	2	-	-	-	-	-
2.	Voluntariat 4	DC	DFAC	C2M2205	-	-	-	-	-	-	60	-	-	2

Legendă

C1	criteriul conținutului
C2	criteriul obligativității
DF	discipline fundamentale
DD	discipline în domeniu (unde este cazul)
DS	discipline de specialitate
DC	discipline complementare
DO	discipline obligatorii (impuse)
DOP	discipline opționale (la alegere)
DFAC	discipline facultative

CP	competență profesională
CT	competență transversală
C	activitate didactică de tip curs
S	activitate didactică de tip seminar
L	activitate didactică de tip laborator practic
P	activitate didactică de tip stagiul de practică

BILANȚ GENERAL I (după criteriul conținutului)

Nr. crt.	Tip disciplină	Număr total de ore							
		Anul I		Anul II		Întreg programul de studii			% din total
		Curs	S/L/P	Curs	S/L/P	Curs	S/L/P	Total	
1.	Fundamentale	42	142	12	12	54	154	208	22,13%
2.	De domeniu	84	70	56	56	140	126	266	28,30%
3.	De specialitate	84	84	50	200	134	284	418	44,47%
4.	Complementare	-	-	24	24	24	24	48	5,11%
TOTAL		210	296	142	292	352	588	940	100%

BILANȚ GENERAL II (după criteriul obligativității)

Nr. crt.	Tip disciplină	Număr total de ore							
		Anul I		Anul II		Întreg programul de studii			% din total
		Curs	S/L/P	Curs	S/L/P	Curs	S/L/P	Total	
1.	Obligatorie	154	240	114	264	268	504	772	82,13%
2.	Opțională	56	56	28	28	84	84	168	17,87%
TOTAL		210	296	142	292	352	588	940	100%
3.	Facultative	-	120	-	120	-	240	240	Nu intră în calculul totalurilor
Raport total ore de seminar/laborator/practică / ore de curs						1,67			

Responsabil program de studii,

Director de departament,

Decan,

Lect. univ. dr. Simona Bader

Lect. univ. dr. Ioana Vid

Lect. univ. dr. Alexandru Jădăneanț

Rector,

prof. univ. dr. Marilen Gabriel PIRTEA