

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT

Valabil începând cu anul universitar 2025-2026

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
Tipul programului¹:	Profesional
Denumirea calificării² dobândită în urma absolvirii programului de studii:	Specialist în mass-media și relații publice
Nivelul calificării (conform CNC/CEC):	Nivel 7
Titlul acordat:	Master în Științe ale Comunicării
Durata studiilor (în ani):	2
Număr de credite (ECTS):	120
Forma de învățământ:	Învățământ cu frecvență
Limba de predare:	Română
Locația geografică de desfășurare a studiilor:	Timișoara
Încadrarea programului de studii în domenii de știință	
Domeniul fundamental:	Științe sociale
Ramură 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 Profesional / Cercetare / Didactic

² *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.

PREZENTAREA GENERALĂ A PROGRAMULUI DE STUDII UNIVERSITARE

1. Misiunea programului de studii³

Programul de studii universitare de masterat *Mass-media și relații publice în context digital* se încadrează în categoria masteratelor profesionale. Acest program de studii universitare de masterat își asumă misiunea de a pregăti specialiști în domenii precum mass media și relații publice, în ocupații corespunzătoare prevăzute în COR/ESCO, 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, programul de studii universitare de masterat oferă cadrul necesar pentru a dezvolta cercetarea în domeniul *Științe ale comunicării*, cât și pentru pregătirea studenților în vederea continuării studiilor la nivelul ciclului de studii universitare de doctorat.

De asemenea, prin programul de studii universitare de masterat *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.

³ Misiunea și obiectivele programului de studii trebuie să fie în concordanță cu misiunea Universității de Vest din Timișoara și cu cerințele identificate pe piața muncii.

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

- a) formarea inițială și continuă de tip universitar și postuniversitar, în scopul dezvoltării profesionale și personale a studenților, studenților-doctoranzi și cursanților, precum și în vederea inserției pe piața muncii a absolvenților și satisfacerii nevoii de competență a mediului socio-economic;
- b) cercetarea științifică, dezvoltarea, inovarea și transferul tehnologic, prin creația individuală și colectivă, relevante pentru progresul cunoașterii și mediul socio-economic;
- c) implicarea în comunitate, prin desfășurarea unor activități comune în beneficiul universității și al mediului social, economic și cultural.

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, precum și prin formarea și promovarea valorilor democratice, ale statului de drept și ale drepturilor și libertăților fundamentale, pregătind cetățeni activi și implicați în societate.

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

- promovarea cercetării științifice, a dezvoltării și inovării, a transferului tehnologic, 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, tezurizarea 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;
- afilierea la alianțe universitare europene.

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

A. 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** - 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** - oferă consiliere unui client, 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;

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 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;
- **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 a unui produs de RP și a unei campanii de RP;
- **programează reuniuni** - programează și stabilește întâlniri sau reuniuni profesionale pentru clienți sau superiori;
- **dezvoltă conținut digital** - creează și editează conținut digital în diferite formate, se exprimă prin mijloace digitale;
- **administrează procesul de planificare strategică a mărcii** - gestionează procesul de planificare strategică a mărcii, precum 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 a unui 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;
- **desfășoară activități de management de evenimente** - planifică și execută toate aspectele tehnice și logistice necesare pentru un eveniment de succes.

Competențe transversale⁶:

- **integrează fundamentul strategic în activitatea curentă** - reflectă asupra fundamentului strategic al societăților, adică asupra misiunii, viziunii și valorilor acestora, în vederea integrării acestei fundații în activitatea postului ocupat;
- **stabilește relații cu media** - adoptă o atitudine profesională pentru a răspunde în mod eficient la cererile mass-media;
- **vorbește mai multe limbi străine** - stăpânește limbi străine pentru a putea comunica într- una sau mai multe limbi străine;
- **utilizează tehnici de comunicare** - aplică tehnici de comunicare care le permit interlocutorilor să se înțeleagă reciproc mai bine și să realizeze o comunicare corectă în transmiterea mesajelor;
- **aplică cunoștințe despre comportamentul uman** - aplică principii legate de comportamentul de grup, tendințele în societate și influența dinamicii societale;
- **practică ascultarea activă** - acordă atenție spuselor altor persoane, înțelege cu răbdare aspectele punctate, adresând întrebări, după caz, și fără să întrerupă în momente nepotrivite; poate să asculte cu atenție nevoile clienților, ale pasagerilor, ale utilizatorilor de servicii sau ale altor persoane și oferă soluții în consecință;
- **conștientizează dimensiunea interculturală** - manifestă sensibilitate față de diferențele culturale, luând măsuri care să faciliteze o interacțiune pozitivă între organizațiile internaționale, între grupuri sau indivizi ce provin din culturi diferite și promovează integrarea acestora în cadrul unei comunități;
- **consolidarea încrederii** - exprimă intențiile și comportamentul într-un mod coerent și transparent, invitând la reciprocitate și stabilind justificarea unei legături fiabile și de încredere între oameni și echipe;

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.

B. 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 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:**

- Definește principalele concepte specifice domeniului;
- Definește conceptele alături de terminologia de specialitate în situații multiple;
- Identifică particularitățile utilizării specializate a diverselor tipuri de media în comunicare;
- Identifică concepte și metode adecvate pentru dezvoltarea unui produs sau campanie media cu ajutorul noilor media;
- Deține arta discursului care îmbunătățește capacitatea de a informa, convinge sau motiva publicul;
- Indică strategii și practici, inclusiv vânzările de canale, pentru distribuirea produselor către consumatorul final;
- Rescrie informațiile astfel încât să influențeze opinia publică;
- Identifică informații despre clienți și definește segmentele și țintele;
- Demonstrează mecanismele care stau la baza comportamentelor lipsite de onestitate, inclusiv fraudă academică;
- Identifică normele legislative relevante pentru activitățile din industria media;
- Definește metodologii de planificare a strategiei și îmbunătățirii comunicării cu consumatorii;
- Identifică clienții sau produsele potențiale pentru a genera vânzări suplimentare și pentru a asigura creștere economică;
- Descrie o identitate clară și o poziție unică pe piață;
- Definește eficient imaginea organizațională;
- Asociază bugetul unei campanii de promovare cu rezultatele înregistrate;
- Efectuează un calendar media;
- Formulează programe de promovare în funcție de așteptările clientului și nevoile publicului-țintă;
- Formulează concepte pentru a înțelege și internaliza culturi diferite;
- Definește așteptările și orientările brandului în funcție de mediile de comunicare alese;

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 factice. Cunoștințele se exprimă prin următorii descriptori: cunoaștere, înțelegere și utilizare a limbajului specific, explicare și interpretare.

- Identifică strategii adecvate pentru promovarea unui produs sau serviciu utilizând marketing online;
- Expune criterii pentru transmiterea corectă și calitativă a informațiilor, adaptate publicului și contextului;
- Descrie reguli de creativitate pentru redactarea enunțurilor publicitare conform cerințelor clientului și publicului-țintă;
- Formulează idei care integrează tehnologia, experiența utilizatorului și mediul de afaceri pentru dezvoltarea de produse noi;
- Identifică noi produse și idei bazate pe studii de piață privind tendințele și nișele;
- Formulează pașii necesari dezvoltării unei campanii politice sau promoționale;
- Identifică strategia de comunicare cu mass-media potrivită grupului-țintă și mediului de difuzare;
- Formulează relevanța, motivele și obiectivele unei cauze pentru a obține sprijin public;
- Formulează clar și corect pașii necesari promovării unui produs sau serviciu;
- Interpretează comunicarea și publicul din perspectiva specifică domeniului și pieței;
- Formulează ipoteze, operaționalizează concepte și dezvoltă soluții pentru probleme de comunicare în relațiile publice;
- Descrie concepte privind dezvoltarea de produse sau campanii media sau de relații publice (ex. poziționarea, planificarea strategică în spațiul digital).
- Definește segmentele de public;
- Definește țintele;
- Identifică și utilizează principalele teorii cu privire la dinamica diverselor tipuri de public/audiență;
- Identifică principalele instrumente cognitive ale disciplinei;
- Definește misiunea, viziunea, valorile și obiectivele unei organizații;
- Cunoaște principiile de comunicare: ascultarea activă, stabilirea relației, adaptarea registrului și respectarea intervenției celorlalți;
- Cunoaște principiile de etică privind utilizarea adecvată a rețelelor sociale și a canalelor mediatice;
- Cunoaște legislația care descrie protecția drepturilor autorilor și modul în care poate fi utilizată munca lor;
- Cunoaște mijloacele de comunicare în masă (televiziunea, ziarele, radioul) și influența acestora asupra publicului;
- Cunoaște principiile privind comportamentul clienților și piețele-țintă pentru promovarea și vânzarea produselor sau serviciilor;
- Cunoaște teoriile etice relevante pentru aplicarea eticii în cercetare;
- Cunoaște elementele fundamentale ale scrierii academice;
- Însușește conceptele legislative din domeniul proprietății intelectuale, relevante pentru creatorii și consumatorii de conținut media;
- Descrie aspectele doctrinare relevante pentru dezbaterile publice actuale privind proprietatea intelectuală;

- Descrie mecanismele legale și procedurile de apărare a drepturilor privind proprietatea intelectuală conform dreptului european și național;
- Utilizează concepte financiare de bază privind randamentul investițiilor;
- Cunoaște procedurile de planificare necesare unui eveniment de succes;
- Cunoaște fundamentele artistice și creative pentru generarea de produse media;
- Descrie modul de organizare a profesiei și valorile acesteia.

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:**

- Pregătește și realizează materiale specifice domeniului comunicării și al relațiilor publice;
- Aplică aspectele teoretice la situații concrete;
- Aplică tehnici specifice de comunicare în domeniul relațiilor publice și în domenii conexe;
- Pune în practică strategiile, metodele și tehnicile de redactare și de comunicare în mass-media și relații publice (RP);
- Identifică și descrie tipuri diferite de audiență/public implicate în comunicarea mass-media și relații publice;
- Elaborează proiecte de intervenție în domeniul de specialitate;
- Elaborează produse/campanii de relații publice în condiții prestabilite;
- Adaptează instrumente tehnice și strategice de comunicare digitală ținând cont de deontologie și responsabilitate socială;
- Aplică legislația națională și europeană privind liberul acces la informație, proprietatea intelectuală, drepturile de autor, copyrightul etc. în procesul comunicării profesionalizate și în activitățile de informare-documentare;
- Folosește tehnologii adecvate în realizarea și comunicarea profesionalizată a diverselor produse de informare, cu respectarea dreptului publicului de a fi informat corect;
- Concepe și analizează o bază de date privind nevoile, interesele, obișnuințele, preocupările și așteptările unui segment din public/audiență;
- Reflectă în mass-media crizele, conflictele și procesele de negociere și dezbateră publică din organizații;

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.

- Identifică metode de cercetare, tehnici și instrumente de cercetare adecvate în scopul analizei comunicării online și offline;
- Dezvoltă și implementează idei și produse creative media;
- Identifică și utilizează indicatori relevanți pentru evaluarea rezultatelor campaniilor de informare, comunicare și publicitare;
- Adaptează instrumente tehnice și strategice de comunicare ținând cont de deontologie și responsabilitate socială;
- Identifică și utilizează eficient limbajul și cunoștințele de specialitate;
- Formulează idei și enunțuri clare, respectând normele de citare, trimitere bibliografică, adnotare, parafrizare, proprietate intelectuală;
- Interpretează elementele redacționale ale documentelor pentru a le transpune în forma cerută de normele de redactare;
- Integrează într-un plan de strategie online o bază de date privind nevoile, interesele, obișnuințele, preocupările și așteptările unui segment din public/audiență;
- Elaborează proiecte de investigație și de intervenție în domeniul de specialitate;
- Elaborează strategii;
- Planifică, dezvoltă și pune în aplicare 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;
- Creează și partajează conținut mediatic și de publicare pentru a dobândi clienți;
- Facilitează acorduri sau tratate internaționale încheiate cu alte țări prin desfășurarea de negocieri și încearcă să protejeze interesele guvernului din țara de origine;
- Gestionează modul de difuzare a informațiilor dintre o persoană sau o organizație și public;
- Pregătește materiale grafice necesare prezentărilor publice;
- Monitorizează presa și întocmește baze de date cu jurnaliști și instituții de presă;
- Supraveghează producerea materialelor publicitare;
- Aplică principiile deontologice și normele etice care stau la baza organizării și funcționării activităților specifice relațiilor publice și jurnalismului;
- Rezolvă probleme specifice disciplinei;
- Aplică conceptele etice în cercetările științifice;
- Utilizează concepte, teorii și metode specifice specializărilor pentru explicarea fenomenelor asociate conceptelor de etică și integritate academică într-un limbaj specific eticii cercetării;
- Respectă legile naționale și europene privind proprietatea intelectuală în procesul comunicării profesionalizate;
- Argumentează necesitatea instituirii ordinii juridice în gestionarea bunurilor intangibile din industria creativității;
- Exprimă opinii informate referitor la conflictele actuale care vizează gestionarea eficientă și echitabilă a proprietății intelectuale în mediul online;

- Prelucreează sursele de informare în conformitate cu normele etice și juridice în vigoare;
- Construiește o imagine coerentă a mărcilor pe care le administrează ținând cont de specificul publicului țintă și al pieței cărora se adresează;
- Elaborează modul de acțiune pentru promovarea unui produs sau serviciu conform unor criterii stabilite;
- Gestionează bugetele produselor publicitare conform unui calendar de activități;
- Construiește denumiri pentru produsele noi și cele existente adaptate la factorii dați ai unei limbi și, în special, ai culturii pentru obținerea efectului dorit;
- Elaborează planul de promovare a unui produs pe diferite canale media și de comunicare socială cu scopul de a comunica și de a oferi valoare clienților;
- Elaborează și pune în aplicare orientări detaliate pentru gestionarea eficientă a brandului, integrând perspectiva tuturor părților interesate implicate;
- Elaborează conținut și prezintă marca ținând cont de contextul specific al platformelor de interacțiune online;
- Structurează un plan bugetar necesar pentru buna desfășurare a unui proiect într-un interval de timp dat și ținând cont de cerințele specifice ale proiectului;
- Construiește și aplică noi strategii de promovare ținând cont de obiceiurile și nevoile grupurilor țintă;
- Evaluează rapoarte periodice pentru a determina randamentul și eficiența strategiilor de promovare aplicate într-un interval de timp;
- Conturează un plan de media detaliat pentru a evidenția cele mai bune canale de distribuție pentru campanie;
- Conturează, conform unor criterii date, grupul țintă de consumatori, zona și obiectivele de marketing pentru a alege platforma mediatică;
- Organizează planul media conform unor obiective clare adaptate la specificul fiecărui mediu, modul, locul și momentul în care mesajul va fi distribuit;
- Structurează analizele datelor dintr-un anumit context pentru a descoperi informații necesare procesului de decizie;
- Gestionează resursele, bugetul, termenele și rezultatele necesare pentru a asigura calitatea optimă a unui anumit proiect;
- Planifică resursele necesare derulării în condiții optime a unui anumit proiect, ținând cont de posibilitățile și limitările clientului reprezentat;
- Monitorizează, conform unei grile de indicatori, progresul înregistrat în cadrul proiectului pentru a realiza un obiectiv specific într-o anumită perioadă de timp și cu un buget prestabilit;
- Elaborează noi concepte creative necesare în procesul de comunicare ținând cont de identitatea organizațională, audiența țintă, specificul pieței și mediul de diseminare;
- Construiește texte creative ținând cont de particularitățile unei audiențe țintă, de scopul publicitar și de marketing, precum și de mediul de diseminare a mesajului;

- Analizează experiențele online și datele online pentru a înțelege comportamentul utilizatorilor și factorii care influențează atenția online;
- Integrează în mod eficient în planificarea strategiei de relații publice tehnologiile mobile și rețelele de socializare;
- Evaluează rezultatele unei campanii în mediul digital aplicând criterii prestabilite mediului de desfășurare a campaniei;
- Utilizează creativ tehnologiile digitale pentru inovarea proceselor și produselor;
- Utilizează tehnologii adecvate în realizarea și comunicarea profesionalizată a diverselor produse de informare digitală, cu respectarea dreptului publicului de a fi informat corect;
- Utilizează modele, grile, teste, proceduri și softuri adecvate pentru rezolvarea problemelor privind segmentarea publicului țintă;
- Identifică metode de cercetare, tehnici și instrumente de cercetare adecvate în scopul analizei comunicării în mediul analogic și digital;
- Evaluează modul în care o idee creativă corespunde obiectivelor specifice campaniei de relații publice;
- Construiește și analizează o bază de date privind nevoile și așteptările unui segment din public din mediul digital;
- Realizează portofolii cu privire la dimensiunea mediatică a unui act de informare și/sau de comunicare profesionalizată;
- Utilizează criterii și metode standard de evaluare a calității și limitelor folosirii diverselor tehnologii digitale în cadrul unor acte de informare și comunicare;
- Identifică și utilizează indicatori relevanți pentru evaluarea rezultatelor campaniilor din mediul online și offline;
- Generează informații corecte și de calitate în funcție de tipul de audiență și de context;
- Elaborează materiale promoționale, materiale video, fotografii etc.;
- Ordonează materiale promoționale anterioare în mod organizat;
- Generează noi idei de produse bazate pe studii de piață privind tendințele și nișele;
- Construiește un calendar stabilind obiective finale pentru procedurile și sarcinile unei campanii politice sau promoționale;
- Comunică informații în mod structurat către canalele media, în funcție de necesitățile unui grup țintă;
- Elaborează materiale grafice corespunzătoare și alte informații în sprijinul unei prezentări;
- Utilizează optim diferite tipuri de canale de comunicare în vederea schimbului de idei sau de informații;
- Construiește strategii de consiliere a organizațiilor în vederea comunicării eficiente cu publicul țintă și transmiterii adecvate a informațiilor;
- Gestionează managementul organizării unui eveniment, implicând bugetul, logistica, securitatea, planurile de urgență și măsurile ulterioare;

- Dezvoltă strategii de diseminare a motivelor și obiectivelor unei cauze, cum ar fi o cauză caritabilă sau o campanie politică, pentru a obține sprijin.
- Construiește strategii privind tipul de conținut care urmează să fie furnizat grupurilor țintă, ținând cont de caracteristicile publicului-țintă și ale mass-mediei.
- Dezvoltă o identitate clară și o poziție unică pe piață pentru un produs, serviciu, acțiune sau personalitate publică.
- Identifică canale de distribuție optime pentru clienți.
- Analizează cantitativ și calitativ informații necesare pentru a evalua situația actuală a unei mărci.
- Elaborează un plan de promovare a unui produs prin diferite canale (televiziune, radio, platforme online etc.).
- Elaborează modul de acțiune pentru promovarea unui produs sau serviciu.
- Interpretează traficul pe site-uri al platformelor de comunicare socială pentru a atrage atenția și participarea clienților existenți și potențiali.
- Elaborează strategii de comunicare prin forumuri, registre de site-uri, microbloguri și comunități sociale pentru a obține o imagine de ansamblu asupra opiniilor de pe rețelele sociale.
- Planifică strategia de comunicare pe canalele digitale.
- Gestionează conținutul digital sau tipărit în vederea implementării unei strategii de comunicare.
- Dezvoltă un sistem care descrie procesul de dezvoltare și publicare a conținutului editorial.
- Evaluează materialele scrise, imaginile, materialele publicitare tipărite, digitale sau video, discursurile publice și declarațiile în conformitate cu obiectivele de comunicare ale clientului.;

c) Responsabilitate și autonomie¹⁰ - 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*:

- Respectă termenele de predare;
- Adaptează instrumentele conceptual-tehnice și strategice oferite de gândirea critică ținând cont de deontologie și responsabilitate socială;
- Conștientizează importanța disciplinei în formarea profesională;
- Însușește valorile proprii disciplinei;

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

- Evaluează obiectiv și continuu nevoia proprie de formare profesională și perspectivele de dezvoltare profesională la locul de muncă și în alte locuri de muncă de pe piața muncii;
- Se autoevaluează în ceea ce privește nevoia de formare profesională, în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii;
- Gândește analitic și critic, raportându-se la interpretarea unor evenimente curente.
- Separă informațiile corecte de cele false;
- Respectă litera și spiritul legilor naționale și europene privind proprietatea intelectuală în procesul comunicării profesionalizate;
- Respectă normele etice și deontologice;
- Folosește limbi străine;
- Împărtășește cunoștințe, experiențe și resurse informaționale, folosind canalele adecvate de comunicare profesionalizată;
- Utilizează în mod eficient și sustenabil resursele și tehnicile retoricii sau gândirii critice pentru dezvoltarea personală și profesională;
- Execută în mod responsabil sarcinile profesionale;
- Abordează în mod realist situații-problemă cu grad ridicat de complexitate, argumentând teoretic și practic, în vederea soluționării eficiente și deontologice;
- Aplică tehnici de muncă eficientă în echipa multidisciplinară, îndeplinind sarcini de coordonare pe paliere diverse;
- Manifestă deschidere față de tradiția culturii libere și față de accesul deschis la sursele comunităților creative;
- Descurajează, prin argumente logice și concludente, „furtul” rezultatelor muncii creatorilor de conținut;
- Se familiarizează cu rolurile și activitățile specifice muncii în echipă și distribuie sarcini pentru nivelurile subordonate;
- Informează, convinge sau motivează publicul;
- Analizează și sintetizează informații;
- Respectă codurile etice și profesionale din domeniul comunicării și al relațiilor publice.
- Rezolvă în mod realist situații profesionale, argumentând teoretic și practic, în vederea soluționării etice;
- Alege și aplică metode și tehnici de comunicare, de ascultare activă și de negociere;
- Identifică și aplică tehnici de muncă eficientă în echipa multidisciplinară, îndeplinind sarcini pe paliere ierarhice;
- Antrenează abilitățile de persuasiune și tehnicile de negociere prin aplicarea unor grile specifice;
- Identifică și utilizează eficient limbajul și cunoștințele de specialitate;
- Dezvoltă și implementează idei creative;
- Compară soluțiile adoptate în spețe similare și propune alternative;
- Participă în echipe de profil sau le coordonează;
- Înțelege aspectele punctate în cadrul discuțiilor interactive cu jurnaliștii;

- Îmbunătățește comunicarea cu consumatorii;
- Se adaptează la diversele culturi și limbi cu care interacționează prin intermediul comunicării cu publicul țintă și cu partenerii;
- Utilizează gândirea critică și alternativă pentru rezolvarea sarcinilor de lucru;
- Aplică principii etice și deontologice în diverse contexte decizionale;
- Promovează o abordare științifică de actualitate în activitățile desfășurate în domeniul eticii academice;
- Demonstrează obiectivitate în raționamente și intervenții, rigurozitate și corectitudine științifică;
- Manifestă deschidere față de tradiția culturii libere și față de accesul deschis la sursele comunităților creative.

3. Ocupații care pot fi practicate pe piața muncii

- Specialist în relații publice – cod ESCO 2432.9/cod COR 243201
- Purtător de cuvânt – cod ESCO 2432.9.1/cod COR 243206
- Specialist protocol și ceremonial – cod COR 243204
- Brand manager – cod ESCO 2431.4/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 1-3 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 la opționale vor conține câte o scurtă descriere elaborată de către titularul responsabil, acestea din urmă fiind puse la dispoziția studenților într-un formular online atunci când urmează să fie selectate.

Disciplinele facultative sunt propuse pentru semestrele 1-4 de către Departamentul de Științe ale Comunicării sau Facultatea de Științe ale Guvernării și 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.

În conformitate cu, *Regulamentului privind organizarea și desfășurarea examenelor de finalizare a studiilor universitare de licență și de masterat la Facultatea de Științe ale Guvernării și Comunicării*, în anul terminal al ciclului de studii universitare de masterat, la începutul anului universitar, studentul este obligat să se înscrie în vederea coordonării lucrării de licență/disertație pe modulul dedicat de pe platforma de e-learning a UVT. Cadrul didactic coordonator va confirma/invalida cererea studentului pe platformă.

În conformitate cu prevederile *Regulamentului privind organizarea și desfășurarea examenelor de finalizare a studiilor universitare de licență și de masterat la Facultatea de*

Științe ale Guvernării și Comunicării, examenul de finalizarea a studiilor universitare de masterat constă în prezentarea și susținerea lucrării de disertație (pentru promovarea căruia se alocă 10 credite).

Media de promovare a examenului de disertație trebuie să fie cel puțin 6. Media examenului de disertație se calculează cu două zecimale, fără rotunjire, exclusiv pe baza notelor acordate de către membrii comisiei pentru examen. Nota se stabilește ca o medie aritmetică a notelor acordate de fiecare membru al comisiei.

Înscrierea la examenul de disertație este condiționată de alegerea de către student a temei lucrării de licență sau disertație propusă de cadrul didactic coordonator în cel mult 60 de zile de la debutul anului universitar. Temele de disertație propuse de facultăți, precum și numele coordonatorilor lucrărilor, se vor publica pe site-ul facultății, la adresa <https://fsgc.uvt.ro/>.

Lucrările de finalizare a studiilor universitare trebuie să aibă un conținut original. Este strict interzisă comercializarea de lucrări științifice în vederea facilitării falsificării de către cumpărător a calității de autor al unei lucrări de licență/disertație. Dacă se constată de către profesorul coordonator sau membrii comisiei de susținere a examenului, plagiatul sau falsificarea calității de autor al lucrării prin cumpărare/comercializare, absolventul nu va putea susține examenul de licență/disertație.

Diplomele pentru absolvenții care au promovat examenul de finalizare a studiilor universitare se eliberează gratuit de către Universitatea de Vest din Timișoara în termen de cel mult 12 luni de la data promovării examenului.

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 2025-2026

Nr. crt.	Disciplina	C1	C2	Cod disciplină	Semestrul I				Nr. de credite	Semestrul II				Nr. de credite
					Număr de ore/ săptămână					Număr de ore/ săptămână				
					C	S	L	P		C	S	L	P	
1.	Communicating Europe	DS	DOB	GCCMRP1101	2	1	-	-	7	-	-	-	-	-
2.	Legislația în domeniul proprietății intelectuale – copyright și licențiere online	DF	DOB	GCCMRP1102	1	1	-	-	6	-	-	-	-	-
3.	Etica cercetării	DC	DOB	GCCMRP1103	1	1	-	-	2	-	-	-	-	-
4.	Practică de specialitate 1	DS	DOB	GCCMRP1104	-	-	-	4	2					
5.	Spațiul public online și comunicarea politică	DS	DOB	GCCMRP1105	1	1	-	-	6					
6.	Tehnici de comunicare pe platforme digitale	DS	DOB	GCCMRP1201	-	-	-	-	-	1	2	-	-	8
7.	Open journalism și alte tendințe în jurnalismul contemporan	DS	DOB	GCCMRP1202	-	-	-	-	-	2	1	-	-	7
8.	Campanii sociale în context digital	DF	DOB	GCCMRP1203	-	-	-	-	-	2	2	-	-	7
9.	Tehnici de soluționare a conflictelor	DS	DOP	GCCMRP1106	1	2	-	-	7	-	-	-	-	-
10.	Principii și aplicații în storytelling digital	DS	DOP	GCCMRP1107										
11.	Managementul comunicării de criză	DS	DOP	GCCMRP1204	-	-	-	-	-	1	1	-	-	8
12.	Aplicații ale gândirii critice în mediere și comunicare	DS	DOP	GCCMRP1205										
Total					6	6	-	4	30	6	6	-	-	30
Total ore didactice pe săptămână					12				30	12				30

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	DFA	GCCMRP1108	-	-	-	60*	2	-	-	-	-	-

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	
2.	Voluntariat 2	DC	DFA	GCCMRP1206	-	-	-	-	-	-	-	-	60*	2

Anul de studii II

An universitar 2026-2027

Nr. crt.	Disciplina	C1	C2	Cod disciplină	Semestrul I				Nr. de credite	Semestrul II				Nr. de credite
					Număr de ore/ săptămână					Număr de ore/ săptămână				
					C	S	L	P		C	S	L	P	
1.	Comunicare digitală	DS	DOB	GCCMRP2101	1	2	-	-	7	-	-	-	-	-
2.	Media, publicitate și RP în cultură	DS	DOB	GCCMRP2102	2	2	-	-	8	-	-	-	-	-
3.	Practică de specialitate 2	DS	DOB	GCCMRP2103	-	-	-	6	3	-	-	-	-	-
	Strategii de comunicare pentru combaterea știrilor false și ale dezinformării	DS	DOB	GCCMRP2104	-	2	-		4					
4.	Formate noi în jurnalismul cultural	DS	DOB	GCCMRP2201	-	-	-	-	-	2	2			8
5.	Industrii creative în spațiul digital	DS	DOB	GCCMRP2202	-	-	-	-	-	1	2	-	-	8
6.	Elaborarea lucrării de disertație: intermediere infodocumentară pentru cercetarea și comunicarea științifică	DS	DOB	GCCMRP2203	-	-	-	-	-	1	-	-	56*	6
7.	Imaginea organizației	DS	DOB	GCCMRP2204	-	-	-	-		2	2	-	-	8
Discipline opționale														
8.	Fundamentele consilierii	DS	DOP	GCCMRP2105	2	1	-	-	8	-	-	-	-	-
9.	Tehnici de persuasiune în media digitală	DS	DOP	GCCMRP2106										
Total					5	7	-	6	30	6	6	-	-	30
Total ore didactice pe săptămână					12					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	DFA	GCCMRP2107	-	-	-	60*	2	-	-	-	-	-
2.	Voluntariat 4	DC	DFA	GCCMRP2205	-	-	-	-	-	-	-	-	60*	2

* Numărul total de ore efectuate de student pe parcursul semestrului

Legendă

C1	criteriul conținutului
C2	criteriul obligativității
DF	discipline fundamentale
DD	discipline de domeniu
DS	discipline de specializare
DC	discipline complementare
DA	discipline de aprofundare
Dsi	discipline de sinteză
DOB	discipline obligatorii (impuse)
DOP	discipline opționale (la alegere)
DFA	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 / lucrări practice
P	activitate didactică de tip stagiul de practică

Codul disciplinei: <facultate><departament><nr. disciplină>

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.	Fundamentală	14	14	-	-	14	14	28	3,32%
2.	De specializare	140	196	142	310	282	506	788	93,36%
3.	Complementară	14	14	-	-	14	14	28	3,32%
TOTAL		168	224	142	310	310	534	844	100%

BILANȚ GENERAL II (după criteriul obligativității)

Nr. crt.	Tip disciplină	Număr total de ore								Prevedere standard specific ARACIS
		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	140	182	114	296	254	478	732	86,73%	
2.	Opțională	28	42	28	14	56	56	112	13,27%	
TOTAL		168	224	142	310	310	534	844	100%	
3.	Facultative	-	120	-	120	-	240	240	-	Nu intră în calculul totalurilor
Raport total ore de aplicare practică (S/L/P) / ore de curs						1,72				

Responsabil program de studii,
Lect. univ. dr. Simona Bader

Director de departament,
Lect. univ. dr. Ioana Vid

Decan,
Lect. univ. dr. Alexandru Jădăneanț

Rector,

prof. univ. dr. Marilen Gabriel PIRTEA

CORELAREA DINTRE COMPETENȚE, REZULTATELE AȘTEPTATE ALE ÎNVĂȚĂRII ȘI DISCIPLINELE STUDIATE

Corelarea rezultatelor așteptate ale învățării cu disciplinele studiate

Corelarea rezultatelor așteptate ale învățării cu competențele-cheie, profesionale și transversale