

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT

Valabil începând cu anul universitar 2026-2027

Facultate:	Facultatea de Științe ale Guvernării și Comunicării
Ciclul de studii universitare:	Licență
Denumirea programului de studii universitare de licență:	Comunicare și relații publice
Denumirea calificării¹ dobândită în urma absolvirii programului de studii:	Comunicare și relații publice
Nivelul calificării (conform CNC/CEC):	Nivel 6
Titlul acordat:	Licențiat în științe ale comunicării
Durata studiilor (în ani):	3
Numărul de credite (ECTS):	180
Forma de învățământ:	Învățământ cu frecvență
Limba de predare:	Română
Locația geografică de desfășurare a studiilor:	Timișoara, România
Încadrarea programului de studii în domenii de știință	
Domeniul fundamental:	Științe sociale
Ramura de știință:	Științe ale comunicării
Domeniul de studii universitare de licență:	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>detaaliat</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.

PREZENTAREA GENERALĂ A PROGRAMULUI DE STUDII UNIVERSITARE

1. Misiunea programului de studii²

Programul de studii universitare de licență **Comunicare și relații publice** corespunde cu totul misiunii asumate de Universitatea de Vest din Timișoara, reprezentând un program în cadrul căruia se îmbină atât componenta educativ-formativă, cât și cea de cercetare a misiunii UVT. Totodată, pregătind specialiști în domeniul comunicării, programul de studii universitare de licență **Comunicare și relații publice** este implicat în viața economică și socială a regiunii de vest a țării. Misiunea asumată de programul de studii **Comunicare și Relații Publice** și obiectivele sale sunt în concordanță cu Cadrul Național al Calificărilor și este proiectat conform competențelor din COR/ESCO.

De asemenea, prin programul de studii universitare de licență **Comunicare și relații publice** ne propunem să dezvoltăm cercetarea științifică în domeniul *Științe ale comunicării* și să

² 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, 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;
- afilierea la alianțe universitare europene.

contribuim la dezvoltarea eficienței comunicării și a relațiilor publice din regiunea de Vest a României.

Programul de studii universitare de licență **Comunicare și relații publice** are ca obiectiv formarea de specialiști în domeniul comunicării și al relațiilor publice, la intersecția acestora cu mass-media și societatea în ansamblul ei, prin discipline specifice care să formeze rezultatele învățării 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

A. COMPETENȚE³

Competențe-cheie⁴:

- Competențe de alfabetizare;
- Competențe multilingvistice;
- Competențe în domeniul științei, tehnologiei, ingineriei și matematicii;
- Competențe digitale;
- Competențe personale, sociale și de a învăța să înveți;
- Competențe cetățenești;
- Competențe antreprenoriale;
- Competențe de sensibilizare și expresie culturală.

Competențe profesionale⁵:

- **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;

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.

- **face prezentări publice** - vorbește în public și interacționează cu cei prezenți. Pregătește afișe, planuri, grafice și alte informații în sprijinul prezentării;
- **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;
- **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;
- **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;
- **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;
- **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;
- **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;
- **stabilește relații cu media** - adoptă o atitudine profesională pentru a răspunde în mod eficient la cererile mass-media;
- **dezvoltă planul pentru comunitatea online** - creează planul comunității pentru a crește comunitatea online, dezvoltă aria de utilizare, păstrează utilizatorii recenți și sporește participarea utilizatorilor;
- **coordonează acțiunile din planul de marketing** - gestionează imaginea de ansamblu a acțiunilor de marketing, cum ar fi planificarea de marketing, alocarea de resurse

financiare interne, materialele publicitare și eforturile de implementare, control și comunicare;

- **stabilește calendarul campaniei** - creează un calendar și stabilește obiective finale pentru procedurile și sarcinile unei campanii politice sau promoționale;
- **dezvoltă conținut digital** - creează și editează conținut digital în diferite formate, se exprimă prin mijloace digitale;
- **desfășoară activități de colectare de fonduri** - desfășoară activități prin care se vor strânge fonduri pentru o organizație sau o campanie, cum ar fi adresarea către public, strângerea de fonduri în timpul acțiunii de colectare de fonduri sau alte evenimente cu caracter general și utilizarea de instrumente de colectare de fonduri online;
- **păstrează registre profesionale** - produce și păstrează evidențe ale activității desfășurate;
- **coordonează evenimente** - conduce evenimente gestionând bugetul, logistica, sprijinirea evenimentelor, securitatea, planurile de urgență și măsurile ulterioare;
- **programează reuniuni** - programează și stabilește întâlniri sau reuniuni profesionale pentru clienți sau superiori;
- **gestionează activități de colectare de fonduri** - inițiază activități de colectare de fonduri prin gestionarea locului, a echipelor implicate, a cauzelor și a bugetelor;
- **stabilește relații cu comunitățile locale** - stabilește relații afective și de lungă durată cu comunitățile locale, de exemplu, prin organizarea unor programe speciale pentru grădinițe, școli și persoane cu dizabilități și vârstnici, prin sensibilizarea comunității și primind în schimb aprecierea acesteia;
- **stabilește relații de afaceri** - stabilește o relație pozitivă, pe termen lung, între organizații și părțile terțe interesate, cum ar fi furnizorii, distribuitorii, acționarii și alte părți interesate, pentru a-i informa cu privire la organizație și obiectivele ei.
- **dezvoltă rețele profesionale** - contactează și se întâlnește cu oamenii în context profesional. Găsește un subiect comun și își folosește persoanele de contact pentru obținerea de avantaje reciproce. Ține evidența oamenilor din rețeaua profesională proprie și rămâne informat/ă cu privire la activitățile lor;
- **oferă consultanță privind strategiile de comunicare** - oferă întreprinderilor și organizațiilor servicii de consultanță cu privire la planurile lor de comunicare interne și externe și la reprezentarea acestora, inclusiv în ceea ce privește prezența lor online. Recomandă îmbunătățirea comunicării și se asigură că informațiile importante ajung la toți angajații și că se răspunde la întrebările acestora;
- **stabilește contacte cu politicienii** - stabilește legături cu funcționarii care îndeplinesc funcții politice și legislative importante în cadrul guvernelor, pentru a asigura comunicarea productivă și a stabili legături;
- **analizează observațiile făcute de o categorie aleasă de public** - identifică și rezumă elementele recurente și distinctive din observațiile primite de la publicul selectat și de încredere.

Competențe transversale⁶:

- **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;
- **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;
- **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;
- **aplică gândire strategică** - asigură generarea și aplicarea efectivă a cunoștințelor de afaceri și a posibilelor oportunități în vederea obținerii unui avantaj economic competitiv pe termen lung;
- **organizează susținătorii** - coordonează și gestionează relații cu rețelele de suporteri;
- **lucrează în echipe** - lucrează cu încredere în cadrul unui grup, fiecare făcându-și partea lui în serviciul întregului;
- **menține relații cu furnizorii** - construiește o relație durabilă și semnificativă cu furnizorii și cu prestatorii de servicii în vederea stabilirii unei colaborări, cooperări și negocieri contractuale pozitive, profitabile și de durată;
- **efectuează cercetare de piață** - culege, evaluează și reprezintă date privind piața-țintă și clienții pentru a facilita dezvoltarea strategică și studiile de fezabilitate. Identifică tendințele pieței;
- **dezvoltă idei creative** - dezvoltarea de noi concepte artistice și idei creative.

B. REZULTATE AȘTEPTATE ALE ÎNVĂȚĂRII⁷

a) **Cunoștințe⁸** - Conform *Cadrului European al Calificărilor (European Qualifications Framework – EQF)*, rezultatele învățării aferente **nivelului 6 de calificare**, corespunzător studiilor

⁶ *Competențele transversale* reprezintă achizițiile valorice și atitudinale care depășesc un anumit domeniu/program de studii și se exprimă prin următorii descriptori: responsabilitate și autonomie, 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 factice. Cunoștințele se exprimă prin următorii descriptori: cunoaștere, înțelegere și utilizare a limbajului specific, explicare și interpretare.

universitare de licență, presupun **cunoștințe avansate într-un domeniu de muncă sau de studiu, care implică înțelegerea critică a teoriilor și principiilor:**

- Identifică principalele arii de cercetare în științe ale comunicării - comunicatori, structuri instituționale, organizații, conținut, canal, public/audiențe, efecte;
- Reproduce metodologia teoretică utilizată în cercetarea științifică, constând în efectuarea de cercetări de fond, construirea unei ipoteze și testarea acesteia sau formularea unor întrebări de cercetare, analiza datelor, prezentarea rezultatelor și formularea de concluzii în raport cu nivelul cunoașterii existente;
- Diferențiază între principalele abordări metodologice în domeniul științe ale comunicării – metode cantitative, metode calitative, abordări retorice, discursive și mixte;
- Identifică principalele teorii, modele și elemente ale comunicării directe și mediate tehnologic, în contextul comunicării de masă și comunicării mediate de computer;
- Identifică concepte referitoare la public și audiența mass-media, metode de măsurare, precum și indicatori de audiență specifici canalului tehnologic de comunicare mediatică;
- Identifică structurile de proprietate, mecanismele de control, modele de producție și distribuție specifice sistemelor mass media;
- Determină elementele care joacă un rol în procesul de formare a opiniei publice, prin care percepțiile și opiniile față de o chestiune în discuție publică sunt formate și întărite, cum ar fi cadrajul informațiilor, tendințele și interesele publicului, procesele psihice și conformismul;
- Distinge între diferite tipuri de conținuturi și moduri de expresie (text, fotografie, audio, video) și tipuri de canale media: presa tipărită, televiziunea, radioul, cinematografia, presa online, platformele digitale, aplicațiile mobile;
- Indică norme gramaticale care reglementează formularea de enunțuri, expresii și ortografierea cuvintelor;
- Identifică tehnici de redactare sau structurarea a conținutului (narrative, descriptive, expozitive, argumentative sau persuasive) și principii de retorică sau compunere a mesajelor ce vizează îmbunătățirea capacității scriitorilor și vorbitorilor de a informa, convinge sau motiva publicul;
- Distinge caracteristicile și funcționarea programelor software pentru sarcini de birou, cum ar fi prelucrarea textului, foi de calcul, prezentări, e-mail și baze de date, sisteme de gestiune de conținut, programe destinate editării, structurării conținutului destinat publicării sau difuzării;
- Clasifică diferitele surse de informare în diferite categorii (cum ar fi date primare și secundare) și pe baza conținutului acestora, a caracteristicilor materiale, a autorilor etc.;
- Diferențiază între probleme sau formulări descriptive și probleme sau formulări prescriptive în contextul evaluării afirmațiilor în comunicarea profesională;

- Delimitează între tipuri de narațiuni, tipuri de raționamente, elemente de logică, teoria argumentării și retorică sau discurs public pentru a clasifica perspective diferite, respectiv evalua argumente în contextul comunicării profesionale;
- Distinge modele utilizate pentru luarea deciziilor etice sau raționamente morale în problemele din domeniul comunicării;
- Identifică normele profesionale în raport cu rolul asumat în comunicarea publică;
- Cunoaște legislația privind comunicarea publică în mass-media, legislația presei, reglementările aplicabile comunicării audio-vizuale, legislația privind drepturile de autor, legislația privind comunicarea publică și privată pe platformele digitale, elemente de legislație în domeniul protecției datelor cu caracter personal;
- Distinge principiile relațiilor publice și managementului reputației și factorii de influență asupra percepțiilor părților interesate sau asupra categoriilor de public în raport cu o organizație, cu marca (brandul) acesteia sau în raport cu o persoană;
- Diferențiază între strategiile și design-urile de comunicare specifice diferitelor contexte de comunicare organizaționale sau situaționale (comunicarea în situații de risc, în situații de criză, pentru producția schimbării sociale, pentru elaborarea politicilor publice, a politicilor interne etc.) ;
- Înțelege procesul de redactare a comunicatelor de presă, inclusiv structura, conținutul și obiectivele acestora;
- Înțelege importanța furnizării de informații precise și corecte în comunicatele de presă.
- Cunoaște tehnicile de comunicare eficientă în fața camerei sau a microfonului;
- Înțelege tehnologiile și instrumentele necesare pentru comunicarea digitală, inclusiv gestionarea e-mailurilor, mesajelor text, platformelor de chat și a rețelelor sociale;
- Descrie importanța evaluării și monitorizării performanței comunicării în diverse canale.
- Înțelege importanța materialelor de suport pentru prezentare, cum ar fi afișe, planuri, grafice și alte informații;
- Înțelege importanța evaluării performanței în vorbirea în public și prezentările publice;
- Delimitează principiile și regulile etice care guvernează profesia de purtător de cuvânt, inclusiv standardele de confidențialitate și conduita corectă în comunicarea publică;
- Înțelege importanța fidelizării clienților și strategiile asociate;
- Cunoaște tehnicile de comunicare cu mass-media, inclusiv limbajul și formatul specific pentru comunicate de presă și interviuri;
- Cunoaște tehnicile de interviu, structura și protocolul interviurilor în diferite medii de comunicare;
- Cunoaște mediul digital, inclusiv platformele de social media, site-urile web și instrumentele de comunicare online;
- Înțelege procesul de gestionare a crizelor de comunicare și metodele de abordare a situațiilor critice;

- Înțelege publicul-țintă, preferințele acestuia și modul în care trebuie adaptat mesajul pentru a fi relevant și eficace;
- Cunoaște principiile etice și standardele profesionale în comunicare, inclusiv transparența și corectitudinea informațiilor;
- Identifică tehnicile și strategiile de comunicare în relațiile publice, inclusiv dezvoltarea mesajelor, identificarea publicului-țintă și selectarea canalelor adecvate;
- Delimitează procesul de planificare, implementare și evaluare a campaniilor și evenimentelor de relații publice;
- Cunoaște principiile etice și standardele profesionale în relațiile publice, inclusiv transparența, confidențialitatea și respectarea drepturilor părților interesate;
- Înțelege importanța creativității în comunicare și relațiile publice;
- Definește procesul de planificare și implementare a proiectelor creative în relațiile publice.
- Înțelege principiile de cercetare a pieței și metodele de analiză a comportamentului consumatorilor;
- Înțelege conceptele de analiză a concurenței și poziționarea pe piață;
- Înțelege conceptele și teoriile de comunicare, precum și metodele de dezvoltare a strategiilor de comunicare;
- Deține cunoștințe solide despre mediul online, inclusiv tendințe în social media, motoare de căutare și platforme de comunicare online;
- Înțelege importanța comunicării interne pentru angajați și pentru succesul organizației;
- Deține cunoștințe extinse despre teoriile și practicile de relații publice, precum și despre tendințele actuale din domeniu;
- Deține cunoștințe despre instrumentele și metodele de cercetare și evaluare a situației, inclusiv monitorizarea mediilor sociale și a mass-media;
- Deține cunoștințe solide despre limbajul și tehnicile persuasive de comunicare;
- Deține cunoștințe despre metodele de evaluare a impactului mediatic și de măsurare a rezultatelor comunicării cu mass-media;
- Recunoaște principiile comunicării eficiente în cadrul relațiilor publice;
- Cunoaște modul de construire și gestionare a relațiilor cu partenerii și părțile interesate;
- Deține cunoștințe despre metodele de evaluare și măsurare a eficacității strategiilor de relații publice;
- Deține cunoștințe avansate despre principiile designului grafic și ale comunicării scrise eficiente;
- Cunoaște publicul-țintă și nevoile acestuia în vederea adaptării materialelor create;
- Cunoaște standardele etice și codurile de conduită relevante pentru practica în domeniul relațiilor publice;
- Cunoaște importanța gestionării imaginii și reputației organizaționale în timpul interviului și în mediul de comunicare în masă;

- Cunoaște metodele de evaluare a impactului interviului asupra publicului-țintă și a imaginii organizaționale;
- Înțelege principiile de bază ale comunicării publice, inclusiv structura prezentărilor, tehnici de vorbire publică și strategii de captare a atenției audienței;
- Cunoaște tehnicile de design și instrumentele de grafică și prezentare pentru crearea de materiale vizuale;
- Înțelege principiile etice și codurile de conduită specifice domeniului relațiilor publice.
- Înțelege importanța confidențialității datelor și responsabilitatea de a proteja informațiile sensibile;
- Cunoaște tendințele actuale din industrie și comportamentul consumatorilor;
- Înțelege procesul de dezvoltare a identității de brand și strategia de comunicare.
- Înțelege principiile de comunicare eficientă și importanța colaborării într-o relație de afaceri;
- Identifică tehnicile și metodele de cercetare de piață, precum și sursele și tipurile de date relevante;
- Înțelege tehnologiile de prezentare și tehnicile de comunicare eficientă;
- Înțelege importanța comunicării interculturale și teoriile comunicării în context multicultural;
- Identifică platformele de comunicare socială populare, cum ar fi Facebook și Twitter, inclusiv caracteristicile, funcționalitățile și algoritmul lor;
- Înțelege importanța integrității și a responsabilității sociale a companiei;
- Înțelege importanța planificării și calendarizării evenimentelor pentru o campanie politică sau promoțională de succes;
- Înțelege importanța securității datelor și protejării informațiilor sensibile;
- Cunoaște importanța comunicării etice în cadrul evenimentelor și interacțiunilor profesionale;
- Înțelege importanța tratamentului echitabil și nediscriminatoriu al tuturor participanților la evenimente;
- Înțelege procesul de comunicare cu mass-media, inclusiv rolul mass-media și al purtătorului de cuvânt în acest proces;
- Recunoaște diferitele mijloace de comunicare în masă, cum ar fi radio, televiziune, internet, ziare, reviste, și caracteristicile specifice ale fiecăruia;
- Identifică elementele componente ale unei identități vizuale organizaționale;
- Cunoaște metode de cercetare cantitative în științele comunicării;
- Cunoaște metode de cercetare calitative în științele comunicării;
- Cunoaște principalele rețele sociale utilizate în comunicarea de brand;
- Delimitează diferite formate de conținut pentru rețele sociale;
- Cunoaște specificul unui calendar editorial pentru comunicarea în mediul online;

- Cunoaște instrumentele de măsurare a impactului unei campanii de comunicare pe rețele sociale;
- Identifică etapele unui plan de campanie în social media;
- Înțelege specificul comunităților online;
- Distinge metode de verificare a informațiilor publicate în mediul online;
- Cunoaște specificul comunicării organizaționale;
- Identifică specificul teoriei rețelilor;
- Recunoaște sursele de documentare online de încredere, pe teme specifice;
- Cunoaște regulile de exprimare corectă în scris;
- Identifică erorile de argumentare în texte complexe;
- Înțelege specificul publicurilor online;
- Cunoaște etapele unei campanii de comunicare online;
- Descrie specificul managementului echipelor de comunicare;
- Identifică particularitățile relațiilor cu instituțiile mass-media;
- Mapează actori media relevanți activității profesionale;
- Cunoaștere etapele de realizare a unor materiale de prezentare organizațională;
- Cunoaște diferite formate de materiale de prezentare organizațională;
- Înțelege principiile de bază ale comunicării eficiente, inclusiv ascultarea activă și empatia;
- Recunoaște metodele de evaluare a eficacității comunicării și a satisfacției clienților sau părților interesate;
- Distinge drepturile și nevoile clientului în contextul relațiilor publice;
- Indică domeniul de activitate al clientului și piața în care acesta operează.
- Cunoaște procesul de evaluare a riscurilor și oportunităților în cadrul proiectelor de relații publice;
- Înțelege tehnicile de gestionare a interacțiunii cu publicul în timpul prezentării;
- Cunoaște metodele de evaluare a performanței în comunicarea publică, cum ar fi feedbackul din partea audienței și autoevaluarea;
- Înțelege conceptele de misiune, viziune și valori în contextul organizațional;
- Înțelege conceptele de părți interesate și de relații publice în cadrul organizației;
- Cunoaște instrumentele de evaluare și monitorizare a impactului comunicării organizaționale;
- Deține cunoștințe despre gestionarea resurselor, inclusiv a timpului și a bugetului, pentru crearea și producția materialelor;
- Cunoaște standardele de calitate și metricile de evaluare a eficacității materialelor create;
- Cunoaște procesul de evaluare a riscurilor și oportunităților în cadrul proiectelor de relații publice;
- Cunoaște o limbă străină (sau mai multe), inclusiv vocabularul, gramatica și structura lingvistică specifică;
- Cunoaște tehnicile de traducere și interpretare într-una sau mai multe limbi străine;

- Înțelege importanța limbilor străine în dezvoltarea relațiilor internaționale și extinderea rețelei de contacte;
- Distinge subtilitățile culturale și lingvistice specifice fiecărei limbi străine în contextul comunicării internaționale.

b) Abilități⁹ - Conform *Cadrului European al Calificărilor (European Qualifications Framework – EQF)*, rezultatele învățării aferente **nivelului 6 de calificare**, corespunzător studiilor universitare de licență, presupun **abilități avansate, care denotă control și inovare, necesare pentru a rezolva probleme complexe și imprevizibile într-un domeniu de muncă sau de studiu specializat**:

- Redactează un plan de cercetare pe un subiect din domeniul științe ale comunicării;
- Selectează modelele care explică o situație de comunicare în contextul unei probleme profesionale;
- Analizează caracteristicile, nevoile și așteptările publicului-țintă utilizând modele, grile, teste, proceduri și aplicații software adecvate în contextul comunicării publice profesionale;
- Aplică metode de colectare a datelor, respectând norme de etică a cercetării și prevederile legale în vigoare;
- Aplică metode de cercetare adecvate temei și subiectului de cercetare;
- Interpretează rezultatele cercetării în scris și prin grafice, diagrame, tabele;
- Discută limitele cercetărilor, evaluând critic gradul de generalizare a concluziilor și propune strategii pentru adâncirea/verificarea suplimentară a acestora.
- Adaptează mesajele la diverse situații și categorii sau segmente de public în contextul comunicării profesionale.
- Aplică practici de producție potrivite pentru diferite tipuri de conținuturi și moduri de expresie (text, fotografie, audio, video) și tipuri de canale media: presa tipărită, televiziunea, radioul, cinematografia, presa online, platformele digitale, aplicațiile mobile;
- Aplică norme de ortografie și gramatică care reglementează formularea de enunțuri sau expresii și ortografierea cuvintelor, asigurând coerența și claritatea în textele redactate sau editate în contexte profesionale;
- Aplică principii de retorică sau compunere a mesajelor ce vizează îmbunătățirea capacității scriitorilor și vorbitorilor de a informa, convinge sau motiva publicul;

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.

- Utilizează aplicații software pentru compunerea, editarea, formatarea și oricărui tip de material scris sau compunerea și editarea de materiale audiovizuale.
- Aplică procese pentru verificarea unor informații în contextul comunicării profesionale;
- Descoperă erori în argumentație, cadre sau scheme de interpretare distincte oferite de diferite surse în contextul comunicării profesionale;
- Analizează cuvinte, expresii, semne și simboluri, precum și relația dintre acestea în raport cu conceptele fundamentale ale semioticii și teoriei narative în contextul analizei profesionale a mesajelor media textuale, vizuale, audiovizuale și multimodale;
- Interpretează valorile și mesajele ideologice și culturale încorporate în produsele media.
- Utilizează modele pentru luarea deciziilor etice sau raționamente morale și principiile deontologice sau normele etice care stau la baza organizării și funcționării activităților specifice domeniului științe ale comunicării și modului de organizare a profesiei în probleme din domeniul comunicării, în crearea și distribuirea conținutului pe canale media publice și private;
- Evaluează respectarea legislației naționale și europene privind liberul acces la informație, proprietatea intelectuală, drepturile de autor, copyright-ul etc. în procesul comunicării profesionale și în activitățile de informare-documentare.
- Evaluează percepția publică, participă în rețele profesionale și inițiază conversații în raport cu o persoană publică, o organizație sau o marcă (brand).
- Aplică instrumente online pentru a comunica și partaja resurse în medii digitale;
- Inițiază legături cu alte persoane și colaborează cu acestea;
- Demonstrează abilități excelente de comunicare verbală și scrisă, precum și abilități de negociere.
- Selectează subiecte comune cu alte persoane pentru facilitarea comunicării în context profesional;
- Utilizează persoanele de contact pentru obținerea de informații sau avantaje reciproce în context profesional;
- Gestionează sisteme pentru stocarea, selectarea, organizarea, recuperarea, distribuirea și salvagardarea informațiilor și datelor în contexte profesionale;
- Aplică instrumente digitale pentru organizarea, colectarea, stocarea, extragerea, arhivarea și prelucrarea datelor, informațiilor și conținutului digital;
- Creează postări pentru o pagină de social media a unei comunități online;
- Creează și editează diferite formate de conținut pentru rețele sociale,
- Analizează impactul conținutului publicat online;
- Implementează diferite tehnici persuasive adaptate publicului țintă;
- Planifică diferite formate de conținut pentru rețele sociale;

- Interpretează datele și generează rapoarte și concluzii relevante;
- Comunică date și concluzii complexe într-un mod clar și persuasiv;
- Definește și comunică în mod eficient elementele cheie ale identității de brand, precum logo-ul, sloganul și mesajele de brand;
- Comunică eficient cu părțile interesate, inclusiv clienți, angajați, parteneri și mass-media;
- Identifică și respectă valorile, normele și sensibilitățile culturale ale diferitelor grupuri de consumatori;
- Comunică eficient și respectuos cu persoane din diferite medii culturale și ideologice.
- Colaborează cu echipele de producție și asigură calitatea și conformitatea conținutului publicitar;
- Analizează datele și evaluează eficacitatea campaniilor în funcție de obiectivele stabilite;
- Colectează și interpretează date cantitative și calitative din diverse surse, precum studii de piață, analize de concurență și feedback de la clienți;
- Explică modul în care funcționează SEM, inclusiv termeni cheie, cum ar fi licitațiile cu cuvinte cheie și poziționarea anunțurilor;
- Dezvoltă strategii SEM personalizate pentru a atrage audiența țintă și a crește traficul pe site-ul web;
- Comunică eficient și dezvoltă relații durabile cu clienții și prospecții;
- Creează conținut atractiv, inclusiv postări, imagini, videoclipuri și alte materiale care să atragă atenția și să genereze participarea;
- Monitorizează și analizează activitatea și interacțiunile utilizatorilor pe platformele sociale;
- Răspunde prompt și profesionist la feedback-ul negativ și la situațiile de criză;
- Promovează și creează o cultură a integrității și a eticii în organizație;
- Evaluează situații etice dificile și ia decizii corecte și etice;
- Dezvoltă strategii pentru a crea și a gestiona o experiență deosebită pentru suporterii;
- Soluționează problemele și gestionează situațiile critice într-un mod eficient și profesionist;
- Utilizează eficient platformele online și explorează constant noile tehnologii și tendințe în domeniu,
- Dezvoltă strategii eficiente pentru creșterea comunității și implicarea utilizatorilor;
- Comunică eficient cu utilizatorii, răspunde la întrebări și încurajează participarea activă;
- Monitorizează și evaluează eficacitatea strategiilor de comunitate și adaptează planurile în funcție de rezultate;
- Dezvoltă un calendar detaliat care include toate procedurile și sarcinile relevante pentru campanie;

- Definește obiective SMART și alege indicatori adecvați pentru a evalua succesul campaniei;
- Gestionează echipe și resurse în mod eficient pentru a atinge obiectivele stabilite;
- Urmărește și evaluează regulat performanța campaniei și face ajustări în funcție de rezultate;
- Identifică și alege cauze relevante și dezvoltă mesaje și campanii de promovare eficiente;
- Dezvoltă și menține sisteme eficiente de evidență și documentație;
- Colectează și stochează informații precise și complete legate de evenimente;
- Implementează măsuri de securitate pentru a proteja datele și documentele confidențiale;
- Dezvoltă programe și coordonează detaliile logistice pentru întâlniri și reuniuni;
- Comunică clar și negociază în vederea stabilirii programului și a detaliilor întâlnirilor sau reuniunilor.
- Organizează programul și face programări eficiente;
- Identifică situații etice și aplică principiile etice în deciziile și acțiunile profesionale;
- Redactează comunicate de presă, declarații și răspunde la întrebările mass-media într-un mod clar și concis;
- Elaborează strategii de comunicare eficiente în situații de criză și furnizează informații corecte și actualizate;
- Identifică și inițiază contacte cu profesioniști din diverse domenii;
- Menține și actualizează baza de date a contactelor profesionale;
- Verifică și validează informațiile înainte de a le include în comunicatele de presă;
- Coordonează distribuția și publicarea comunicatelor de presă în mod eficient;
- Utilizează software-ul și instrumentele necesare pentru a crea documente, diapozitive sau afișe atractive și relevante;
- Ajustează conținutul, limbajul și tonul materialelor în funcție de caracteristicile publicului-țintă;
- Evaluează feedbackul și face ajustări în materialele de prezentare în funcție de rezultate;
- Analizează mediile de comunicare în masă și identifică modul în care acestea influențează percepția publicului și mesajul comunicat;
- Dezvoltă mesaje cheie și se pregătește pentru întrebările probabile în timpul interviului;
- Comunică într-un stil clar, concis și accesibil, fără a se lăsa influențat negativ de stresul mediatic;
- Analizează și evaluează modul în care interviul a fost condus și cum a fost perceput de public;

- Utilizează eficient instrumentele digitale pentru a comunica și a gestiona corespondența electronică;
- Comunică eficient cu audiența în timpul prezentărilor publice, utilizând tehnici de vorbire, ton și limbaj adecvate;
- Răspunde în mod corespunzător la întrebările și comentariile publicului și menține un dialog constructiv;
- Efectuează analize comparative pentru a identifica avantajele și dezavantajele concurenței și dezvoltă strategii de poziționare pe piață;
- Efectuează cercetări de piață pentru a evalua cerințele și dorințele consumatorilor;
- Dezvoltă planuri de acțiune detaliate care includ tactici specifice, resurse necesare și calendarul de implementare;
- Dezvoltă planuri strategice pe termen lung care includ obiective, strategii și tactici;
- Utilizează eficient tehnologiile digitale și platformele de comunicare digitală pentru a transmite informații și a interacționa cu părțile interesate;
- Colectează, stochează și utilizează datele personale în conformitate cu legile privind protecția datelor și asigură confidențialitatea acestora;
- Redactează și livrează comunicate de presă bine structurate, susține interviuri cu jurnaliști și comunică într-un mod clar și convingător;
- Identifică, evaluează și răspunde eficient în situații de criză de comunicare, coordonează mesaje și gestionează relațiile cu mass-media;
- Culege informații relevante, le organizează logic și le utilizează în redactarea comunicatelor de presă;
- Planifică și implementează campanii de comunicare eficiente, creează mesaje bine structurate și utilizează tehnicile de relații publice pentru a atinge obiectivele stabilite;
- Analizează și segmentează publicul, evaluează nevoile, așteptările și preocupările acestuia și dezvoltă strategii de comunicare adaptate;
- Organizează și coordonează evenimente, conferințe de presă, campanii online și offline și gestionează bugetul alocat acestora;
- Aplică principiile etice în toate aspectele comunicării în relațiile publice și gestionează situațiile etice sensibile;
- Gestionează proiecte creative, coordonează echipele implicate și asigură respectarea termenelor și bugetelor;
- Comunică și prezintă idei creative în fața echipei, a clienților sau a publicului-țintă;
- Generează idei creative pentru campanii de PR, dezvoltă concepte artistice și creează mesaje inovatoare și captivante;
- Planifică și dezvoltă strategii de comunicare eficiente care sprijină obiectivele organizației;
- Dezvoltă și gestionează prezența online a organizației, inclusiv gestionarea site-ului web și a conturilor de social media;

- Dezvoltă și implementează strategii și canale de comunicare internă care îmbunătățesc angajamentul și productivitatea angajaților;
- Dezvoltă și implementează strategii de comunicare externă care consolidează relația cu stakeholderii, clienții și comunitatea;
- Evaluează nevoile organizației și dezvoltă strategii personalizate de comunicare și relații publice;
- Dezvoltă și livrează mesaje clare și eficiente, adaptate la nevoile și așteptările publicului-țintă;
- Planifică, implementează și monitorizează proiecte de comunicare în conformitate cu obiectivele stabilite;
- Evaluează și oferă consiliere cu privire la discursuri, prezența publică și comportamentul în fața publicului;
- Dezvoltă mesaje persuasibile și convingătoare pentru a câștiga susținerea și încrederea publicului;
- Planifică, coordonează și implementează evenimente media cu jurnaliști și alte părți interesate;
- Răspunde rapid și eficient în situații de criză și minimizează impactul negativ asupra imaginii organizației;
- Evaluează și analizează acoperirea mediatică și impactul mesajelor difuzate de mass-media;
- Planifică și dezvoltă o strategie de relații publice bine structurată, care include obiective clare și tactici corespunzătoare;
- Identifică, contactează și menține relații benefice cu partenerii, organizațiile și persoanele influente,
- Creează materiale vizuale și scrise de calitate, inclusiv documente, prezentări, diapozitive și afișe, care sunt atractive și eficiente în transmiterea mesajelor;
- Planifică și gestionează eficient resursele necesare pentru crearea materialelor și respectă termenele limită;
- Analizează și interpretează misiunea, viziunea și valorile organizației pentru a le integra în strategiile de comunicare și relații publice;
- Demonstrează abilități excelente de comunicare verbală și scrisă pentru a transmite mesajele organizaționale în mod eficient;
- Colectează, analizează și interpretează date pentru a evalua eficacitatea strategiilor de comunicare;
- Menține o imagine pozitivă a organizației prin discurs și comportament adecvat în timpul interviului;
- Adaptează comunicarea în funcție de cultura și sensibilitățile lingvistice ale destinatarilor străini;

- Gestionează și actualizează conținutul digital, răspunde la comentarii și întrebări online și monitorizează reputația online a organizației;
- Planifică și structurează prezentările într-un mod coerent și atractiv, pentru a transmite mesaje eficiente;
- Creează afișe, planuri, grafice și alte materiale de prezentare atractive și relevante;
- Demonstrează abilități excelente de comunicare interpersonală și de ascultare activă pentru a răspunde la întrebări și pentru a gestiona discuțiile cu audiența;
- Comunică în mod etic cu părțile interesate, incluzând transparența, corectitudinea și respectul pentru confidențialitate;
- Gestionează și protejează datele și informațiile confidențiale ale organizației și ale părților interesate;
- Redactează texte în stil academic;
- Organizează un demers de cercetare în domeniul științelor comunicării;
- Analizează un material de comunicare după diferite modele teoretice;
- Respectă codurile etice și profesionale din domeniul comunicării.

c) Responsabilitate și autonomie¹⁰ - Conform *Cadrului European al Calificărilor (European Qualifications Framework – EQF)*, rezultatele învățării aferente **nivelului 6 de calificare**, corespunzător studiilor universitare de licență, presupun *gestionarea de activități sau proiecte tehnice sau profesionale complexe, prin asumarea responsabilității pentru luarea deciziilor în situații de muncă sau de studiu imprevizibile și asumarea responsabilității pentru gestionarea dezvoltării profesionale a indivizilor și a grupurilor*:

- Elaborează proiecte de cercetare și intervenție în domeniul științe ale comunicării;
- Raportează rezultate, statistici și concluzii în fața unui public într-un mod clar, transparent și simplu;
- Evaluează caracteristicile reprezentării în mass-media și platformele digitale a unei teme, unei persoane, unui grup sau unei categorii sociale;
- Utilizează modelele de comunicare, teorii media și indicatori de audiență pentru a proiecta, adapta sau evalua planuri media;
- Analizează critic pluralitatea de interpretări date și de opinii formulate în contextul reprezentării media a subiectelor și evenimentelor curente;
- Produce un conținut sau produs media în vederea difuzării/publicării pe unul sau mai multe canale sau platforme, utilizând media (text, fotografie, audio, video) separat sau în conjuncție în contextul realizării unui proiect profesional;
- Redactează și editează texte originale de natură creativă, jurnalistice, promoționale, publicitare, de promovare instituțională, funcționale, tehnice sau academice;

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

- Elaborează o analiză media sau o monitorizare media în raport cu un subiect, o temă, o persoană publică, o organizație sau o marcă;
- Evaluează sursele informațiilor și corectitudinea informațiilor receptate;
- Analizează critic evenimentele curente în politică, economie, comunitățile sociale, sectoarele culturale, pe plan internațional și în sport, precum și tendințele culturale populare, cum ar fi cultura pop și argoul cultural și social și mesajele publice ale persoanele de pe rețelele de socializare / platformele digitale cele mai utilizate în contextul său socio-cultural și profesional;
- Judecă în raport cu modele pentru luarea deciziilor etice, coduri deontologice, respectiv legislației naționale și europene în raport în contextul luării de decizii în probleme profesionale din domeniul comunicării;
- Aplică principii și metodologii specifice domeniului pentru a realiza cercetări ale opiniei publice în raport cu un subiect, o persoană publică, o organizație, o marcă (brand);
- Redactează comunicate de presă și produce alte materiale de relații publice, respectiv mesaje adaptate la specificul diferitelor canale media și platforme digitale pentru a fi utilizate în contextul comunicării unei persoane publice, organizații sau mărci (brand);
- Inițiază legături cu alte persoane și colaborează cu acestea direct sau prin intermediul instrumentelor digitale;
- Gestionează evidența persoanelor din rețeaua profesională proprie și rămâne informat/ă cu privire la activitățile lor;
- Colaborează cu alte persoane în cadrul unor echipe pentru a rezolva probleme profesionale specifice;
- Planifică/își asumă și respectă termene strânse pentru a realiza sarcini sau proiecte profesionale;
- Gestionează resursele, bugetele și termenele de livrare pentru proiectele de comunicare publică;
- Asigură că mesajele sunt transmise în mod corect și eficient către publicul țintă;
- Demonstrează sensibilitate interculturală participând în comunități și rețele diferite;
- Identifică erorile de argumentare;
- Folosește limbi străine de circulație internațională;
- Aplică principii etice și deontologice în diverse contexte decizionale;
- Coordonează echipele de lucru și asigură respectarea termenelor limită pentru proiecte de branding;
- Protejează datele personale ale clienților și respectă drepturile acestora în conformitate cu legile privind protecția datelor;
- Asigură desfășurarea fără probleme a evenimentelor, gestionând eficient logistica și resursele;

- Raportează rezultatele comunicării și ia măsuri pentru a îmbunătăți strategiile de comunicare și feedback-ul primit;
- Aplică principiile etice în toate aspectele activităților profesionale, inclusiv în comunicare, relații cu clienții și părțile interesate;
- Ia decizii autonome privind măsurile de securitate și protecție a datelor;
- Ia decizii autonome în situații etice complexe;
- Ia decizii autonome privind modul de gestionare a relațiilor cu mass-media;
- Ia decizii autonome privind ce tipuri de conținut sunt create și când sunt publicate;
- Gestionează interacțiunea cu audiența și adaptează prezentarea în funcție de feedback-ul și nevoile acesteia;
- Asigură adaptarea informațiilor pentru fiecare mediu și context;
- Utilizează corect și responsabil comunicarea verbală și scrisă pentru a facilita schimbul de informații;
- Utilizează etic și responsabil comunicarea digitală și protejează datele sensibile;
- Asigură confidențialitatea și securitatea informațiilor schimbate și respectă normele relevante;
- Respectă și promovează cu fermitate normele etice și reglementările în relațiile organizației.

3. Ocupații care pot fi practicate pe piața muncii

- Specialist în relații publice – cod ESCO 2432.9
- Purtător de cuvânt/purtătoare de cuvânt – cod ESCO 2432.9.1
- Organizator târguri și expoziții – cod COR 243210

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

Flexibilizarea programului de studii este asigurată prin discipline opționale, discipline facultative și discipline complementare.

Disciplinele la alegere (opționale) sunt propuse pentru semestrele 3-6 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. O disciplină opțională, odată aleasă, devine obligatorie. La programul de studii universitare de licență **Comunicare și relații publice**, disciplinele opționale sunt următoarele: *Media planning, Marketing si management general, Filosofie politică, Scriere creativă, Comunicare pe dispozitive mobile, Creație în publicitate, Design editorial, Design publicitar, Introducere în imagologie, Teoria informației.*

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 1-6 de către Departamentul de Științe ale Comunicării, 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.

La Universitatea de Vest din Timișoara, toate planurile de învățământ ale programelor de studii universitare de licență au prevăzute în mod obligatoriu câte o **disciplină complementară care formează competențe transversale**, în fiecare dintre semestrele 3, 4 și 5, pe care studenții le aleg dintr-o ofertă anuală de peste 160 de discipline din domenii diferite decât cel în care studiază (oferta de discipline complementare care generează competențe transversale pentru studenții de la programele de studii universitare de licență de la UVT poate fi consultată pe platforma www.dct.uvt.ro). De asemenea, toate planurile de învățământ ale programelor de studii universitare de licență conțin cu statut obligatoriu și disciplina *Educație fizică*, pe o durată de trei semestre (anul I, semestrul I, anul II, semestrele I și II) și cu caracter facultativ, pe durata unui semestru (anul I, semestrul al II-lea), studenții având posibilitatea de a opta pentru o gamă largă de discipline sportive în fiecare semestru.

În conformitate cu prevederile *Regulamentului privind inițierea, elaborarea, monitorizarea și revizuirea periodică a programelor și domeniilor de studii universitare din Universitatea de Vest din Timișoara și a planurilor de învățământ aferente acestora*, 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 (articolul 127, alineatul (9)), 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.

De asemenea, tot în conformitate cu prevederile *Regulamentului privind inițierea, elaborarea, monitorizarea și revizuirea periodică a programelor și domeniilor de studii universitare din Universitatea de Vest din Timișoara și a planurilor de învățământ aferente acestora*, fiecare student UVT, atât pe parcursul ciclului de studii universitare de licență, cât și pe parcursul ciclului de studii universitare de masterat, va putea participa, cu caracter facultativ, la programe educaționale de scurtă durată (de exemplu, de tip „blended intensive programmes”, școli tematice etc.), organizate în regim fizic și/sau hibrid, de UVT, de instituții de învățământ superior partenere UVT din Spațiul European al Învățământului Superior (SEÎS) sau alte entități partenere UVT, beneficiind de credite de studii transferabile în urma parcurgerii cu succes a unui astfel de program. Finalizarea cu succes a acestor programe educaționale, creditele acumulate și competențele/rezultatele învățării dobândite de studenți (în măsura în care acestea sunt menționate într-un document justificativ emis de organizatorul programului) vor fi menționate în suplimentul la diplomă. Pentru a beneficia de aceste credite, studentul va depune la InfoCentrul studentesc dovada finalizării cu succes a programului, emisă de organizator, în termen de cel mult 10 zile lucrătoare de la finalizarea programului. Acordarea creditelor va fi avizată de o comisie formată din reprezentanți ai Secretariatului General UVT, numită prin Decizie a Rectorului UVT la începutul fiecărui an universitar.

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.

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 licență la orice program de studii universitare de licență organizat la UVT constă din două probe:

- proba 1 de evaluare a cunoștințelor fundamentale și de specialitate: **5 credite**;
- proba 2 de elaborare și susținere a rezultatelor lucrării de licență: **5 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 similitudine* 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.

La **Departamentul de Științe ale Comunicării**, proba 1 constă în verificarea cunoștințelor fundamentale și de specialitate sub formă de portofoliu profesional pentru absolvenții domeniului de studii universitare de licență *Științe ale comunicării*.

Proba 1 va fi susținută în fața Comisiei de examen stabilite de Consiliul FSGC la propunerea Consiliului DSC. Portofoliu profesional constă în susținerea în fața comisiei de examen a unei lucrări (portofoliul de practică, portofoliul de seminar sau portofoliul unui produs de specialitate) elaborată de către absolvent conform *Metodologiei de elaborare și evaluare a portofoliului profesional*. Fiecare program de studii are o metodologie proprie care particularizează conținutul portofoliului profesional pentru disciplinele fundamentale și de specialitate din cadrul respectivului program de studii.

Proba 2 – de prezentare și de susținere a lucrării de licență este probă orală: Prezentarea și susținerea lucrării de licență sunt publice. Participarea studentului la Proba 2 a examenului de finalizare a studiilor universitare de licență este condiționată de promovarea Probei 1 a acestuia.

Procentul de similitudine acceptat pentru domeniul de studii universitare de licență *Științe ale comunicării* este de 10% atât pentru portofoliu, cât și pentru lucrarea de licență.

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 2026-2027

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.	Teorii ale comunicării și ale relațiilor publice	DF	DOB	GCCR1101	2	2	-	-	5	-	-	-	-	-
2.	Introducere în sistemul mass-media	DF	DOB	GCCR1102	2	1	-	-	5	-	-	-	-	-
3.	Etică și integritate academică	DC	DOB	GCCR1103	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-
4.	Introducere în publicitate	DF	DOB	GCCR1104	2	1	-	-	5	-	-	-	-	-
5.	Comunicarea cu presa	DS	DOB	GCCR1105	2	2	-	-	5	-	-	-	-	-
6.	Gândire critică	DF	DOB	GCCR1201	-	-	-	-	-	2	1	-	-	4
7.	Comunicare internă	DS	DOB	GCCR1106	2	2	-	-	5	-	-	-	-	-
8.	Tehnici de redactare	DS	DOB	GCCR1202	-	-	-	-	-	1	2	-	-	5
9.	Multimedia	DS	DOB	GCCR1203	-	-	-	-	-	1	2	-	-	5
10.	Social media	DS	DOB	GCCR1204	-	-	-	-	-	2	2	-	-	5
11.	Prezentare și vorbire în public	DS	DOB	GCCR1205	-	-	-	-	-	2	-	-	-	3
12.	RP și comunicare politică	DS	DOB	GCCR1206	-	-	-	-	-	2	2	-	-	5
13.	Scriere academică	DC	DOB	GCCR1207	-	-	-	-	-	-	1	-	-	1
14.	Informatică	DS	DOB	GCCR1107	-	1	-	-	2	-	-	-	-	-
15.	Limba străină 1 (engleză, germană, italiană, spaniolă)	DC	DOP	GCCR1108	-	2	-	-	2	-	-	-	-	-
16.	Limba străină 2 (engleză, germană, italiană, spaniolă)	DC	DOP	GCCR1208	-	-	-	-	-	-	2	-	-	2
17.	Educație fizică 1	DC	DOP	GCCR1109	-	-	1	-	1	-	-	-	-	-
18.	Introducere în utilizarea inteligenței artificiale generative (GenAI)	DC	DOB	GCCR1209	-	-	-	-	-	1	-	-	-	1

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	
19.	Consilierea profesională și orientarea în carieră	DC	DOB	GCCR1110	-	1	-	-	1	-	-	-	-	-
Total					11	12	1	-	30 (+2)	11	12	-	-	30 (+1)
Total ore didactice pe săptămână					24					23				

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	GCCR1111	-	-	-	60*	2	-	-	-	-	-
2.	Voluntariat 2	DC	DFA	GCCR1210	-	-	-	-	-	-	-	-	60*	2
3.	Educație fizică 4	DC	DFA	GCCR1211	-	-	-	-	-	-	-	1	-	1

* Numărul total de ore efectuate de student pe parcursul semestrului

Anul de studii II

An universitar 2027-2028

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.	Deontologie profesională	DF	DOB	GCCR2101	1	1	-	-	3	-	-	-	-	-
2.	Metode de cercetare în științele sociale	DF	DOB	GCCR2201	-	-	-	-	-	2	1	-	-	5
3.	Semiotică	DF	DOB	GCCR2202	-	-	-	-	-	2	1	-	-	4
4.	Redactarea materialelor de RP	DS	DOB	GCCR2102	2	2	-	-	6	-	-	-	-	-
6.	Relații publice sectoriale	DS	DOB	GCCR2103	2	1	-	-	6	-	-	-	-	-
7.	Editare grafică în limbaje de specialitate	DS	DOB	GCCR2104	2	1	-	-	5	-	-	-	-	-
8.	Produse audio-video în relații publice	DS	DOB	GCCR2203	-	-	-	-	-	2	1	-	-	5
9.	Comunicare interculturală	DS	DOB	GCCR2204	-	-	-	-	-	2	1	-	-	4
10.	Teorii contemporane ale comunicării	DS	DOB	GCCR2205	-	-	-	-	-	2	-	-	-	3
11.	Practică de specialitate 1	DS	DOB	GCCR2105	-	-	-	4	2	-	-	-	-	-
12.	Practică de specialitate 2	DS	DOB	GCCR2206	-	-	-	-	-	-	-	-	4	2
13.	Media planning	DS	DOP	GCCR2106	2	2	-	-	4	-	-	-	-	-
14.	Marketing si management general	DS	DOP	GCCR2107										
15.	Filosofie politică	DS	DOP	GCCR2207	-	-	-	-	-	2	2	-	-	3
16.	Scriere creativă	DS	DOP	GCCR2208										
17.	Comunicare pe dispozitive mobile	DS	DOP	GCCR2209										
18.	Competențe de antreprenoriat	DC	DOB	GCCR2108	1	1	-	-	2	-	-	-	-	-
19.	Disciplină complementară opțională care formează competențe transversale (DCT) 1	DC	DOP	GCCR2210	-	-	-	-	-	1	1	-	-	2
20.	Limba străină 3 (engleză, germană, italiană, spaniolă)	DC	DOP	GCCR2109	-	2	-	-	2	-	-	-	-	-

Nr. crt.	Disciplina	C1	C2	Cod disciplină	Semestrul I				Număr de credite	Semestrul II				Număr de credite
					Număr de ore/ săptămână					C	S	L	P	
					C	S	L	P						
21.	Limba străină 4 (engleză, germană, italiană, spaniolă)	DC	DOP	GCCR2211	-	-	-	-	-	-	2	-	-	2
22.	Educație fizică 2	DC	DOP	GCCR2110	-	-	1	-	1	-	-	-	-	
23.	Educație fizică 3	DC	DOP	GCCR2212	-	-	-	-	-	-	-	1	-	1
Total					10	10	1	4	30 (+1)	13	9	1	4	30 (+1)
Total ore didactice pe săptămână					25					27				

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	GCCR2112	-		-	60*	2	-	-	-	-	-
2.	Voluntariat 4	DC	DFA	GCCR2213	-	-	-	-	-	-	-	-	60*	2
3.	Competențe de antreprenoriat - aplicații practice	DC	DFA	GCCR2214	-	-	-	-	-	-	-	2	-	2

Anul de studii III

An universitar 2028-2029

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.	Relații publice online	DS	DOB	GCCR3101	2	2	-	-	5	-	-	-	-	-
2.	Comportamentul consumatorului	DS	DOB	GCCR3102	2	1	-	-	4	-	-	-	-	-
3.	Retorică	DS	DOB	GCCR3103	2	1	-	-	4	-	-	-	-	-
4.	Managementul relațiilor publice	DS	DOB	GCCR3104	1	2	-	-	3	-	-	-	-	-
5.	Crearea de imagine în relații publice	DS	DOB	GCCR3105	1	2	-	-	4	-	-	-	-	-
6.	Metodologia elaborării lucrării de licență	DS	DOB	GCCR3106	-	2	-	-	2	-	-	-	-	-
7.	Gestiunea crizelor	DS	DOB	GCCR3201	-	-	-	-	-	2	1	-	-	5
8.	Organizarea de evenimente	DS	DOB	GCCR3202	-	-	-	-	-	2	2	-	-	6
9.	Legislație în domeniul comunicării	DS	DOB	GCCR3203	-	-	-	-	-	2	1	-	-	5
10.	Elaborarea lucrării de licență	DS	DOB	GCCR3204	-	-	-	-	-	-	-	-	4	2
11.	Practică de specialitate 3	DS	DOB	GCCR3107	-	-	-	4	2	-	-	-	-	
12.	Practică de specialitate 4	DS	DOB	GCCR3205	-	-	-	-	-	-	-	-	4	2
13.	Pragmatică	DS	DOB	GCCR3206	-	-	-	-	-	1	1	-	-	5
14.	Creație în publicitate	DS	DOP	GCCR3108	2	2	-	-	4	-	-	-	-	-
	Design editorial	DS	DOP	GCCR3109										
15.	Design publicitar	DS	DOP	GCCR3207	-	-	-	-	-	2	2	-	-	5
	Introducere în imagologie	DS	DOP	GCCR3208										
	Teoria informației	DS	DOP	GCCR3209										
16.	Disciplină complementară opțională care formează	DC	DOP	GCCR3110	1	1	-	-	2	-	-	-	-	-

Nr. crt.	Disciplina	C1	C2	Cod disciplină	Semestrul I				Număr de credite	Semestrul II				Număr de credite
					Număr de ore/ săptămână					Număr de ore/ săptămână				
					C	S	L	P		C	S	L	P	
	competențe transversale (DCT) 2													
Total					11	13	-	4	30	9	7	-	8	30
Total ore didactice pe săptămână					28					24				

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 5	DC	DFA	GCCR3111	-	-	-	60*	2	-	-	-	-	-
2.	Voluntariat 6	DC	DFA	GCCR3210	-	-	-	-	-	-	-	-	60*	2

Legendă

C1	criteriul conținutului
C2	criteriul obligativității
DF	discipline fundamentale
DS	discipline de specializare
DC	discipline complementare
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 stagiu de practică

Codul disciplinei: <facultate><departament><program de studii><nr. disciplină>

BILANȚ GENERAL I (după criteriul conținutului)

Nr. crt.	Tip disciplină	Număr total de ore									% din total
		Anul I		Anul II		Anul III		Întreg programul de studii			
		Curs	S/L/P	Curs	S/L/P	Curs	S/L/P	Curs	S/L/P	Total	
1.	Fundamentale	112	70	70	42	-	-	182	112	294	13,91%
2.	De specializare	168	182	224	252	266	434	658	868	1526	72,19%
3.	Complementare	28	98	28	112	14	14	70	224	294	13,91%
TOTAL		308	350	322	406	280	448	910	1204	2114	100%

BILANȚ GENERAL II (după criteriul obligativității)

Nr. crt.	Tip disciplină	Număr total de ore										Prevedere standard specific ARACIS
		Anul I		Anul II		Anul III		Întreg programul de studii			% din total	
		Curs	S/L/P	Curs	S/L/P	Curs	S/L/P	Curs	S/L/P	Total		
1.	Obligatorie	308	280	252	252	210	378	770	910	1680	79,47%	-
2.	Opțională	-	70	70	154	70	70	140	294	434	20,53%	min. 20%
TOTAL		308	350	322	406	280	448	910	1204	2114	100%	-
3.	Facultative	-	134	-	148	-	120	-	402	402	19,01%	Nu intră în calculul totalurilor
Raport total ore de aplicare practică (S/L/P) / ore de curs								1,32				

Responsabil program de studii,
Conf. univ. dr. Iasmina Petrovici

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