

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT
Comunicare și New Media
ADMITERE 2024

1. DESCRIEREA PROGRAMULUI:

DOMENIUL FUNDAMENTAL:	<i>Științe Sociale</i>
DOMENIUL DE STUDII UNIVERSITARE DE MASTER (Masterat profesional)	<i>Științe ale comunicării</i>
SPECIALIZAREA:	<i>Comunicare și relații publice ore</i>
DURATA:	<i>840 ore / 4 semestre</i>
FORMA DE ÎNVĂȚĂMÂNT:	<i>Cu frecvență (F)</i>
LIMBA DE PREDARE:	<i>Limba română.</i>

Scopul masteratului este de a forma competențe profesionale în domeniul comunicării, new media și relațiilor publice, care să răspundă cerințelor și necesităților tot mai mari ale pieței profesiilor emergente, contribuind astfel la realizarea unei calificări superioare a absolvenților de nivel master.

Deși **profilul masteratului** este profesional (orientat spre formarea experților în relații publice care să profeseze pe piață, precum și în sfera profesiilor digitale și a new media), acesta oferă totodată și o formare teoretică solidă, care determină dezvoltarea de abilități pentru a profesa în domenii strategice ca și pentru începerea unei cariere în domeniul academic (cum ar fi înscrierea la doctorat). Disciplinele din curricula masteratului profesional trebuie să țină seama de calificările și de evoluțiile de pe piața muncii din România și din Europa, cu atât mai mult cu cât piața muncii din sfera industriilor comunicării este foarte dinamică și marcată de trenduri precum digitalizarea, tranziția eco-climatică și dezvoltarea sustenabilă.

Masteratul se adresează absolvenților de studii de licență din domeniul socio-uman care vor să se specializeze în domeniul relațiilor publice și în ecuația new media. Absolvenților de studii de licență din alte specializări, masteratul le oferă o reprofesionalizare eficientă către domeniul comunicării și relațiilor publice.

2. OBIECTIVELE MASTERATULUI

a) *Competențe profesionale generale:*

- Cunoașterea, înțelegerea și utilizarea conceptelor, teoriilor, principiilor și metodelor fundamentale din științele comunicării în vederea identificării procedurilor de prelucrare și interpretare a datelor obținute din cercetări empirice necesare abordării și rezolvării diverselor aspecte și probleme specifice domeniului relațiilor publice și dimensiunii new media;
- Cunoașterea și aplicarea criteriilor, metodelor și modelelor de evaluare folosite în managementul comunicării (criteriile SMART, metoda SWOT);
- Cunoașterea, înțelegerea și utilizarea limbajului specific comunicării și relațiilor publice și a noilor termeni esențiali ai PR-ului digital;
- Capacitate de explicare și interpretare a evoluției fenomenelor new media;

a) *General professional competencies*

- Acquiring, understanding and using the fundamental concepts, theories, principles and methods of communication sciences with the view of identifying the procedures of processing and interpreting data resulted from empirical research necessary to approach and solve different aspects and issues specific to public relations and new media;
- Acquiring and applying the criteria, methods and models of assessments used in communication management (SMART and SWOT criteria);
- Acquiring, understanding and using the specific language of communication and public relations;
- Ability of explaining and interpreting public relations and new media trends.

b) Competențe profesionale specifice

- Stăpânirea abilităților profesionale care permit activitatea de a elabora produse de relații publice sau de publicitate:
 - ușurința în comunicare interpersonală;
 - abilitățile de persuasiune;
 - capacitatea de exprimare scrisă în mod clar;
 - capacitatea de aplicare, transfer, de a rezolva probleme și de a planifica strategic activitatea;
 - capacitatea de a soluționa creativ și novator problemele;
 - reflecția critică și constructivă; formularea de judecăți de valoare și fundamentarea de decizii constructive prin utilizarea nuanțată și pertinentă de criterii și metode de evaluare;
 - abilitatea de a efectua cercetări asupra publicului;
 - capacitatea de a sintetiza rapid informații din surse variate (cercetări sociologice, cercetări psihologice, analize media, interacțiunea cu oamenii);
- Planificarea strategică a activităților de comunicare și relații publice (documentare, concepere, elaborare produse, evaluare) și gestionarea ei cu ajutorul instrumentelor de comunicare disponibile;
- Elaborarea de proiecte profesionale aplicând inovativ un spectru variat de metode cantitative și calitative;
- Capacitatea de a supraveghea realizarea unor sarcini specifice și de a rezolva situații conflictuale; capacitatea de a lucra independent sau în echipă pentru rezolvarea de probleme în contexte profesionale definite;
- Capacitatea de a comunica unor audiențe diverse evaluarea situației, strategiile și tacticile de soluționarea problemei în vederea soluționării prin eforturi comune a problemei respective.

b) Specific professional competencies

- Mastering the professional abilities of elaborating public relations and advertising outcomes:
 - fluency in interpersonal communication;
 - persuading skills;
 - the ability to coherently express oneself in writing;
 - the ability to apply, transfer and solve problems and to strategically plan the agenda;
 - the ability to creatively and innovatively solve out problems;
 - critical and constructive thinking, delivering value judgments, building up and making constructive decisions by using detailed and pertinent assessment criteria and methods;
- Strategic planning of communication activities and public relations (documenting, conceiving, elaborating products, assessment) and managing it by means of available communication tools;
- Elaborating professional projects innovatively applying a varied spectrum of qualitative and quantitative methods;
- The ability to supervise the achievement of specific tasks and to solve conflict situations; the ability to work individually or in a team to solve problems in well defined professional contexts;
- The ability to deliver messages to different types of audience regarding the assessment of the problem, the strategies and tactics of solving it.

1. ACTIVITATEA DIDACTICĂ DE PREDARE

Cursuri. Cursurile sunt interactive, titularii prezentând cursanților la începutul cursului, temele care urmează să fie acoperite, note de curs, bibliografie. Pe parcursul cursului, cursanții rezolvă sarcini de lucru legate de tema prezentată.

Seminare. Cursanții fac aplicații pe temele prezentate la curs, primind feed-back de la profesori și colegi.

Proiecte. Cursanții pregătesc mini-proiecte, referate conform temelor acoperite, pe care la prezintă la seminar și le predau în formă scrisă la sfârșit de semestru.

Evaluarea ♦ Participare la seminar ♦ Proiecte și referate ♦ Examenе orale sau scrise și colocvii.

Ocupațiile vizate de masterat sunt cele de expert senior și cele de cadre de conducere, inclusiv pentru nivelul de top management, respectiv director/manager/relații publice.

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT

Comunicare și New Media

Admitere 2024

SEMESTRUL 1

Nr. Crt.		Denumirea disciplinei	Număr ore				F.V.	Nr. C.
			C	S	L.P	Total		
1	SSSCNM 202401	Studii critice în Media și Publicitate	28		28	56	E	8
2	SSSCNM 202402	Strategii de management și factori psihologici în audio-vizual	28	14		42	C	7
3	SSSCNM 202403	Storytelling în audio-vizual în contextul pieței globale	28		14	42	E	7
4	SSSCNM 202404	Metodologii ale creativității și designul comunicării în online	28	28		56	E	4
5	SSSCNM 202405	Redactare și editare în social media	14	14		28	C	4
Total ore			126	56	42	224		30

SEMESTRUL 2

Nr. Crt.		Denumirea disciplinei	Total ore				F.V.	Nr. C.
			C	S	L.P.	Total		
6	SSSCNM 202406	Imagine și simbol în lumea digitală	28		28	56	E	6
7	SSSCNM 202407	Trenduri emergente în marketingul globalizării	28		14	42	C	6
8	SSSCNM 202408	Discursuri și agende în tranziția ecoclimatică	28		28	56	C	8
9	SSSCNM 202409	Practica			42	42	E	6
10	SSSCNM 202410	Etica și deontologie academică Ethics and Academic deontology	14			14	C	4
Total ore			98		112	210		30

Nr. Crt.		Denumirea disciplinei	Număr ore				F.V.	Nr.C.
			C	S	L.P.	Total		
11	SSSCNM 202411	Psihologia consumatorului în mediul online	28		14	42	C	7
12	SSSCNM 202412	Strategii de marketing al organizațiilor în transmedia	28		14	42	E	7
13	SSSCNM 202413	Diaspore digitale și fenomenul migrație în era globalizării	14		28	42	E	8
14	SSSCNM 202414	Practica			42	42	E	8
Total ore			70		98	168		30

SEMESTRUL 3

SEMESTRUL 4

Nr. Crt.		Denumirea disciplinei	Număr ore				F.V.	Nr.C.
			C	S	L.P.	Total		
15	SSSCNM 202415	Media Art	28	14		42	C	6
16	SSSCNM 202416	Branding și New Branding	28		14	56	E	7
17	SSSCNM 202417	Managementul reputației în mediul online	28		28	56	E	7
18	SSSCNM 202418	Organizațiile în ecosistemele publicitare	28		14	56	E	5
19	SSSCNM 202419	Elaborarea lucrării de disertație			42	42	C	5
Total ore			112	14	98	224		30
Total general			406	70	392	826		
Examen de disertație							E	10
Total număr de credite								130

F.V. = forma de verificare (C = colocviu / E = examen)

Nr.C. = numărul de credite

C = curs

S = seminar

L.P. = lucrări practice

DECAN,

Conf.univ.dr. Elena BANCIU

DIRECTOR DE DEPARTAMENT

Lect.univ.dr. Flavius PANĂ