

## 1. DESCRIEREA PROGRAMULUI:

|   |                                      |
|---|--------------------------------------|
| <b>DOMENIUL FUNDAMENTAL:</b>  | <i>Științe Sociale</i>               |
| <b>DOMENIUL DE STUDII<br/>UNIVERSITARE DE MASTER<br/>(Masterat profesional)</b> | <i>Științe ale comunicării</i>       |
| <b>SPECIALIZAREA:</b>   | <i>Comunicare și relații publice</i> |
| <b>DURATA:</b>  | <i>826 ore</i>                       |
| <b>FORMA DE ÎNVĂȚĂMÂNT:</b>   | <i>Cu frecvență (F)</i>              |
| <b>LIMBA DE PREDARE:</b>  | <i>Limba română.</i>                 |
| <b>DIRECTOR DE PROGRAM:</b>   | <b>Conf.univ.dr. Elena BANCIU</b>    |

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

Deși **profilul masteratului** este profesional (orientat spre formarea experților în relații publice care să profeseze pe piață), el oferă totodată și o formare teoretică solidă, care determină dezvoltarea de abilități pentru profesarea comunicării în domenii strategice și de top management, ca și pentru începerea unei eventuale cariere în domeniul academic (cum ar fi înscrierea la doctorat). Disciplinele din curricula masteratului profesionale trebuie să țină seama de calificările și de evoluțiile de pe piața muncii din România sau/și din Europa, cu atât mai mult cu cât piața muncii din sfera industriilor comunicării este foarte dinamică.

**Masteratul se adresează** absolvenților de studii de licență din domeniul socio-uman care vor să se specializeze în domeniul general al relațiilor publice. Pentru absolvenții departamentelor de comunicare din alte facultăți, acest program diversifică și lărgeste perspectiva, oferind aprofundarea abilităților către o formare adecvată pentru piața de comunicare. Absolvenților de studii de licență din alte profile, masteratul 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;
- Cunoașterea și aplicarea criteriilor, metodelor și modelelor de evaluare folosite în managementul comunicării (criteriile SMART, metoda SWOT etc.);
- Cunoașterea, înțelegerea și utilizarea limbajului specific comunicării și relațiilor publice;
- Înțelegerea capacității de explicare și interpretare în relațiile publice.

### 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 etc);
- 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 soluționare a problemei în vederea soluționării prin eforturi comune a problemei respective.

### 3. 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 ♦ Examene 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 Admitere 2017

| Nr. crt            | Denumirea disciplinei   | Număr ore |           |            |            | Forma de verificare | Nr. credite |
|--------------------|---|-----------|-----------|------------|------------|---------------------|-------------|
|                    |   | C         | S         | L.P        | Total      |                     |             |
| <b>SEMESTRUL 1</b> |   |           |           |            |            |                     |             |
| 1                  | Strategii de relații publice                                    | 28        |           | 28         | 56         | E                   | 8           |
| 2                  | Metareferetialitate și intermediatilitatea în comunicare        | 28        | 14        |            | 42         | C                   | 7           |
| 3                  | Sociologia opiniei publice                                      | 28        |           | 28         | 56         | E                   | 7           |
| 4                  | Comunicare managerială  | 28        | 28        |            | 56         | E                   | 8           |
|                    | <b>Total</b>  | <b>98</b> | <b>42</b> | <b>56</b>  | <b>210</b> |                     | <b>30</b>   |
| <b>SEMESTRUL 2</b> |   |           |           |            |            |                     |             |
| 5                  | Comunicare și imagine organizațională                           | 28        | 14        | -          | 56         | E                   | 7           |
| 6                  | Reglementări juridice și deontologice privind relațiile publice | 14        | 14        |            | 42         | C                   | 5           |
| 7                  | Comunicarea cu mass-media                                       | 28        | -         | 28         | 56         | C                   | 7           |
| 8                  | Strategii de securitate   | 28        | 14        | -          | 42         | E                   | 6           |
| 9                  | Practica de specialitate  |           |           | 42         | 42         | C                   | 5           |
|                    | <b>Total</b>  | <b>98</b> | <b>42</b> | <b>70</b>  | <b>210</b> |                     | <b>30</b>   |
| <b>SEMESTRUL 3</b> |   |           |           |            |            |                     |             |
| 10                 | Discursul publicitar  | 28        | -         | 14         | 42         | C                   | 6           |
| 11                 | Tehnici de negociere  | 28        | -         | 14         | 42         | E                   | 6           |
| 12                 | Gestionarea comunicării în situații de criză                    | 14        | -         | 28         | 42         | E                   | 7           |
| 13                 | Managementul proiectelor în relațiile publice și publicitate    | 28        |           | 14         | 42         | C                   | 6           |
| 14                 | Practica de specialitate  |           |           | 42         | 42         | C                   | 5           |
|                    | <b>Total</b>  | <b>98</b> | <b>-</b>  | <b>112</b> | <b>210</b> |                     | <b>30</b>   |
| <b>SEMESTRUL 4</b> |   |           |           |            |            |                     |             |
| 15                 | Marketing politic   | 28        | 14        |            | 42         | C                   | 7           |
| 16                 | Elaborarea de produse de relații publice cu mijloace RTV        | 28        | -         | 28         | 56         | C                   | 8           |

|    |  |            |            |            |            |   |            |
|----|--|------------|------------|------------|------------|---|------------|
| 17 | Aplicații multimedia în relațiile publice și publicitate | 28         | –          | 28         | 56         | E | 8          |
| 18 | Elaborarea lucrării de disertație                        |            | -          | 42         | 42         | C | 7          |
|    | <b>Total</b>   | <b>84</b>  | <b>56</b>  | <b>56</b>  | <b>196</b> |   | <b>30</b>  |
|    | <b>Total general</b>                                     | <b>406</b> | <b>210</b> | <b>196</b> | <b>812</b> |   | <b>120</b> |
|    | <b>Examen de disertație</b>                              |            |            |            |            | E | <b>10</b>  |

**DECAN,**

Conf.univ.dr. Elena BANCIU