

## 1. DESCRIEREA PROGRAMULUI:

<b>DOMENIUL FUNDAMENTAL:</b>	<i>Științe Sociale</i>
<b>DOMENIUL DE STUDII UNIVERSITARE DE MASTER (Masterat profesional)</b>	<i>Științe ale comunicării</i>
<b>SPECIALIZAREA:</b>	<i>Comunicare și relații publice</i>
<b>DURATA:</b>	<i>868 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 profiluri, 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.

### *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;
- 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;
- Comprehending the ability of explaining and interpreting in public relations.

***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.

***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.

### 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 2018

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 Public relations strategies	28		28	56	E	7
2	Aspecte semiotice in Massmedia actuale Semiotic Strategies in current Massmedia	28	14		42	C	6
3	Sociologia opiniei publice Public opinion sociology	28		28	56	E	7
4	Comunicare managerială Management communication	28	28		56	E	4
5	Etica si deontologie academica	14			14		
	<b>Total</b>	<b>126</b>	<b>42</b>	<b>56</b>	<b>224</b>	<b>C</b>	<b>24</b>
<b>SEMESTRUL 2</b>							
6	Comunicare si imagine organizațională Organisational communication and image	28	14	-	56	E	7
7	Reglementări juridice și deontologice privind relațiile publice Legal and deontological regulations regarding public relations	14	14		42	C	5
8	Comunicarea cu mass-media Communication with mass media	28	-	28	56	C	7
9	Strategii de securitate Security strategies	28	14	-	42	E	6
10	Practica de specialitate Specialised Internship			42	42	C	5
	<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>42</b>	<b>70</b>	<b>238</b>		<b>30</b>
<b>SEMESTRUL 3</b>							

11	Discursul publicitar în relațiile publice și publicitate Advertising discourse	28	–	14	42	C	6
12	Modele și strategii conversationale în lb engleza Models and conversational strategies in English	28		14	42	E	6
13	Gestionarea comunicării în situații de criză Communication management in crises	14	-	28	42	E	7
14	Managementul proiectelor în relațiile publice și publicitate Project management in public relations and advertising	28		14	42	E	6
15	Practica de specialitate Specialised internship			42	42	C	5
	<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>14</b>	<b>112</b>	<b>210</b>		<b>30</b>

**SEMESTRUL 4**

16	Marketing politic Political Marketing	28	14		42	C	7
17	Elaborarea de produse de relații publice cu mijloace RTV Elaborating public relations products by means of RTV	28	–	28	56	E	8
18	Aplicații multimedia în relațiile publice și publicitate Multi media applications in public relations and advertising	28	–	28	56	E	8
19	Elaborarea lucrării de disertație Elaboration of the Master's thesis.		-	42	42	C	7
	<b>Total</b>	<b>84</b>	<b>14</b>	<b>98</b>	<b>196</b>		<b>30</b>
	<b>Total general</b>	<b>406</b>	<b>98</b>	<b>336</b>	<b>868</b>		<b>120</b>
	<b>Examen de disertație</b>					E	<b>10</b>

**DECAN,**

Conf.univ.dr. Elena BANCIU