

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT

Valabil începând cu anul universitar 2025-2026

Facultate:	Științe ale Guvernării și Comunicării
Ciclul de studii universitare:	Masterat
Denumirea programului de studii universitare de masterat:	Mass-media și relații publice în context digital
Denumirea calificării ¹ dobândită în urma absolvirii programului de studii:	<i>Specialist în mass-media și relații publice</i>
Durata studiilor (în ani):	2 ani
Forma de învățământ ² :	Cu frecvență (IF)
Limba de predare:	Română
Locația geografică de desfășurare a studiilor:	Timișoara
Încadrarea programului de studii în domeniul de știință	
Domeniul fundamental:	Științe sociale
Ramura de știință:	Științe ale comunicării
Domeniul de studii universitare de masterat:	Științe ale comunicării
Denumirea domeniului <u>larg</u> de studii (conform DL-ISCED F-2013):	Științe sociale, jurnalism și informare
Denumirea domeniului <u>restrâns</u> de studii (conform DR-ISCED F-2013):	Programe și calificări interdisciplinare care implică științele sociale, jurnalismul și informarea
Denumirea domeniului <u>detaliat</u> de studii (conform DDS-ISCED F-2013):	Programe și calificări interdisciplinare care implică științele sociale, jurnalismul și informarea

¹ Calificarea (*qualification*) este rezultatul formal al unui proces de evaluare și validare, care este obținut atunci când un organism/o autoritate competentă 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.

² Învățământ cu frecvență (IF) sau învățământ cu frecvență redusă (IFR)

PREZENTAREA GENERALĂ A PROGRAMULUI DE STUDII UNIVERSITARE DE MASTERAT MASS-MEDIA ȘI RELAȚII PUBLICE ÎN CONTEXT DIGITAL

1. Misiunea programului de studii³

Programul de studii universitare de masterat *Mass-media și relații publice în context digital* se încadrează în categoria masteratelor profesionale. Acest program de studii universitare de masterat își asumă misiunea de a pregăti specialiști în domenii precum mass media și relații publice, în ocupații corespunzătoare prevăzute în COR/ESCO, în conformitate cu piața forței de muncă din România și din regiunea de Vest. Competențele pe care le formează privesc îndeosebi redactarea de materiale specifice acestor domenii profesionale. De asemenea, programul de studii universitare de masterat oferă cadrul necesar pentru a dezvolta cercetarea în domeniul *Științe ale comunicării*, cât și pentru pregătirea studenților în vederea continuării studiilor la nivelul ciclului de studii universitare de doctorat.

De asemenea, prin programul de studii universitare de masterat *Mass-media și relații publice în context digital* ne propunem să dezvoltăm cercetarea științifică în domeniul *Științe ale comunicării* și să contribuim la dezvoltarea eficienței comunicării și a relațiilor publice din regiunea de Vest a României.

Obiectivele programului de studii universitare de masterat *Mass-media și relații publice în context digital* sunt:

1.1. Obiectiv general

În conformitate cu misiunea și obiectivele asumate de către Universitatea de Vest din Timișoara (*Carta Universității de Vest din Timișoara*, p. 5-6), obiectivul general constă în formarea de profesioniști cu înaltă calificare în acord cu sistemul european al calificărilor în învățământul superior prin asigurarea dobândirii cunoștințelor și competențelor necesare pentru specialiștii cu studii superioare.

³ Conform Cartei universitare (articolul 5), **misiunea generală a UVT este de cercetare științifică avansată și educație, generând și transferând cunoaștere către societate** prin:

a) cercetare științifică, dezvoltare, inovare și transfer tehnologic, prin creație individuală și colectivă, în domeniul științelor, al științelor ingineresti, al literelor, al artelor, prin asigurarea performanțelor și dezvoltării fizice și sportive, precum și valorificarea și diseminarea rezultatelor acestora;

b) formare inițială și continuă, la nivel universitar, în scopul dezvoltării personale, a inserției profesionale a individului și a satisfacerii nevoilor de competențe ale mediului socio-economic.

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.

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

- promovarea cercetării științifice, 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.

1.2. Obiectiv specifice

Programul de studii universitare de masterat *Mass-media și relații publice în context digital* are ca obiectiv formarea de specialiști în domeniul mass-media, comunicării și a relațiilor publice prin discipline specifice care să asigure competențele și abilitățile 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. COMPETENȚE⁴

Competențe-cheie⁵:

- Competențe de alfabetizare;
- Competențe multilingvistice;
- Competențe digitale;
- Competențe personale, sociale și de a învăța să înveți.

Competențe profesionale⁶:

- **analizează factorii externi ai societăților** - efectuează activități de cercetare și analiză a factorului extern care ține de întreprinderi, cum ar fi consumatorii, poziția pe piață, concurenții și situația politică;
- **desfășoară activități de relații publice** - desfășoară activități de relații publice (PR) gestionând modul de difuzare a informațiilor dintre o persoană sau o organizație și public;
- **dezvoltă strategii de comunicare** - gestionează sau contribuie la conceperea și punerea în aplicare a planurilor de comunicare internă și externă ale unei organizații, inclusiv prezența sa online;
- **elaborează strategii de relații publice** - planifică, coordonează și depune toate eforturile necesare în cadrul unei strategii de relații publice, cum ar fi definirea obiectivelor, pregătirea comunicărilor, contactarea partenerilor și difuzarea informațiilor între părțile interesate;
- **face prezentări publice** - vorbește în public și interacționează cu cei prezenți. Pregătește afișe, planuri, grafice și alte informații în sprijinul prezentării;
- **oferă consiliere în ceea ce privește imaginea publică** - oferă consiliere unui client, cum ar fi un politician, artist sau o altă persoană care se ocupă de public cu privire la modalitatea de a se prezenta astfel încât să câștige cea mai mare parte a opiniei publice sau a publicului țintă;

⁴ *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.

⁵ *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.

⁶ *Competențele profesionale* reprezintă capacitatea de a realiza activitățile cerute la locul de muncă la nivelul calitativ specificat în standardul ocupațional. Acestea se dobândesc pe cale formală, respectiv prin parcurgerea unui program organizat de o instituție acreditată.

- **oferă consiliere în ceea ce privește relațiile publice** - oferă consiliere întreprinderilor sau organizațiilor publice cu privire la gestionarea relațiilor publice și la strategii pentru a asigura comunicarea eficientă cu publicul țintă, precum și transmiterea adecvată a informațiilor;
- **oferă interviuri mass-mediei** - se pregătește în funcție de context și de diversitatea mijloacelor de comunicare în masă (radio, televiziune, internet, ziare etc.) și oferă un interviu;
- **organizează conferințe de presă** - organizează interviuri pentru un grup de jurnaliști pentru a face un anunț sau a răspunde la întrebări pe un anumit subiect;
- **pregătește materiale de prezentare** - pregătește documentele, diapozitivele, afișele și orice alte suporturi necesare pentru un public specific;
- **protejează interesele clientului** - protejează interesele și nevoile unui client prin luarea măsurilor necesare și prin studierea tuturor posibilităților, pentru a se asigura că acel client obține rezultatul preferat;
- **redactează comunicate de presă** - culege informații și redactează comunicate de presă cu adaptarea registrului la publicul-țintă și asigurându-se că mesajul este transmis în mod corect;
- **utilizează diferite canale de comunicare** - utilizează diferite tipuri de canale de comunicare, cum ar fi comunicarea verbală, scrisă de mână, digitală și telefonică, cu scopul de a construi și a face schimb de idei sau de informații;
- **coordonează campanii publicitare** - organizează modul de acțiune pentru promovarea unui produs sau serviciu; supraveghează producerea de anunțuri publicitare televizate, din ziare și din reviste, sugerează pachete de corespondență, campanii prin e-mail, site-uri, standuri și alte canale de promovare;
- **face prezentări în direct** - prezintă un discurs sau o prelegere în care demonstrează și explică publicului un nou produs sau serviciu, o nouă idee sau operă;
- realizează și promovează prin mass-media a unui produs de RP și a unei campanii de RP;
- **programează reuniuni** - programează și stabilește întâlniri sau reuniuni profesionale pentru clienți sau superiori;
- **dezvoltă conținut digital** - creează și editează conținut digital în diferite formate, se exprimă prin mijloace digitale;
- **administrează procesul de planificare strategică a mărcii** - gestionează procesul de planificare strategică a mărcii, precum și asigură inovarea și progresul în ceea ce privește metodologiile de planificare a strategiei și îmbunătățirile comunicării cu consumatorii, pentru a fundamenta inovarea și strategiile pe înțelegerea și nevoile consumatorilor;
- **desfășoară strategii de creare a unui nume de marcă** - propun denumiri pentru produsele noi și cele existente; adaptările la factorii dați ai unei limbi și, în special, ai culturii sunt necesare pentru obținerea efectului dorit;

- **elaborează campanii de marketing** - elaborează o metodă de promovare a unui produs prin diferite canale, cum ar fi televiziunea, radioul, platformele de tipărire și platformele online și platformele de comunicare socială, cu scopul de a comunica și de a oferi valoare clienților;
- **elaborează orientări specifice brandului** - elaborează și pune în aplicare orientări pentru gestionarea specifică a brandului de către toate părțile interesate; discută conținutul relevant, cum ar fi așteptările viitoare și orientările specifice brandului; este pregătit(ă) să facă față provocărilor;
- **desfășoară activități de management de evenimente** - planifică și execută toate aspectele tehnice și logistice necesare pentru un eveniment de succes.

Competențe transversale⁷:

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

⁷ *Competențele transversale* reprezintă achizițiile valorice și atitudinale care depășesc un anumit domeniu/program de studii și se exprimă prin următorii descriptori: autonomie și responsabilitate, interacțiune socială, dezvoltare personală și profesională.

B. REZULTATE AȘTEPTATE ALE ÎNVĂȚĂRII⁸

a) **Cunoștințe**⁹ - Conform *Cadrului European al Calificărilor (European Qualifications Framework – EQF)*, rezultatele învățării aferente **nivelului 7 de calificare**, corespunzător studiilor universitare de masterat, presupun **cunoștințe foarte specializate și conștientizarea critică a acestora, unele dintre ele situându-se în avangarda nivelului de cunoștințe dintr-un domeniu de muncă sau de studiu, ca bază a unei gândiri și/sau cercetări originale:**

- definirea principalelor concepte specific domeniului;
- utilizarea conceptelor alături de terminologia de specialitate în situații multiple;
- definirea segmentelor de public;
- definirea Țintelor;
- identificarea și utilizarea principalelor teorii cu privire la dinamica diverselor tipuri de public/audiență;
- identificarea principalelor instrumente cognitive ale disciplinei;
- definirea misiunii, viziunii, valorilor și obiectivelor unei organizații;
- cunoașterea principiilor de comunicare: ascultarea activă, stabilirea relației, adaptarea registrului și respectarea intervenției celorlalți;
- cunoașterea principiilor de etică în ceea ce privește utilizarea adecvată a rețelelor sociale și a canalelor mediatice prin intermediul cărora este partajată activitatea;
- cunoașterea legislației care descrie protecția drepturilor autorilor originali asupra muncii lor și modul în care alte persoane o pot utiliza;
- cunoașterea mijloacelor de comunicare în masă, cum ar fi televiziunea, ziarele și radioul, care ajung la majoritatea populației și o influențează;
- identificarea unor particularități ale utilizării specializate a diverselor tipuri media în comunicare;
- identificarea conceptelor și metodelor adecvate pentru dezvoltarea unui produs/campanii media cu ajutorul noilor media;
- arta discursului care vizează îmbunătățirea capacității scriitorilor și vorbitorilor de a informa, convinge sau motiva publicul;
- strategiile și practicile, inclusiv vânzările de canale, care implică distribuirea directă și indirectă de produse prin intermediul partenerilor pentru a aduce produsele consumatorului final;
- încadrarea informațiilor pentru a juca un rol în opinia publică;
- cunoașterea principiilor privind comportamentul clienților și piețele-Țintă în vederea promovării și vânzării unui produs sau a unui serviciu;

⁸ *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.

⁹ *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 faptice. Cunoștințele se exprimă prin următorii descriptori: cunoaștere, înțelegere și utilizare a limbajului specific, explicare și interpretare.

- culegerea de informații despre clienți și definirea segmentelor și țințelor;
- cunoașterea teoriilor etice relevante pentru înțelegerea modului în care etica se aplică în cercetare;
- explicarea mecanismelor ce stau la baza comportamentelor lipsite de onestitate, fraudei academice;
- cunoașterea elementelor fundamentale de scriere academică;
- însușirea conceptelor specifice legislației din domeniul proprietății intelectuale, relevante pentru creatorii și consumatorii de conținut media;
- descrierea aspectelor doctrinare relevante pentru dezbaterile publice actuale privind gestionarea proprietății intelectuale;
- identificarea normelor legislative relevante pentru activitățile din industria media;
- descrierea mecanismelor legale și a procedurilor de apărare a drepturilor privind proprietatea intelectuală din dreptul european și național;
- proiectarea metodologiilor de planificare a strategiei și îmbunătățirilor comunicării cu consumatorii;
- identificarea clienților potențiali sau produselor potențiale în vederea generării de vânzări suplimentare și asigurării creșterii economice, evidențiind abilități de identificare și evaluare strategică, conforme cu obiectivele organizaționale și principiile de dezvoltare economică durabilă;
- dezvoltarea unei identități clare și a unei poziții unice pe piață, evidențiind competențe avansate în analiza de piață, branding și strategii de poziționare;
- capacitatea de a adapta și consolida eficient imaginea organizațională;
- corelarea bugetului unei campanii de promovare cu rezultatele înregistrate;
- utilizarea conceptelor financiare de bază privind randamentul unei investiții;
- proiectarea unui calendar media;
- proiectarea unor programe de promovare ținând cont de așteptările clientului și de nevoile publicului țintă;
- formularea unor concepte specifice pentru a internaliza o cultură care nu este proprie și pentru a înțelege cu adevărat tradițiile, regulile și activitățile acesteia;
- cunoașterea procedurilor de planificare necesare pentru un eveniment de succes;
- anticiparea așteptărilor viitoare și orientărilor specifice brandului în funcție de mediile alese de comunicare;
- identificarea în mod corespunzător a unor strategii care vizează promovarea unui anumit produs sau serviciu, utilizând strategii de marketing online;
- elaborarea unor criterii pentru transmiterea corectă și de calitate a informațiilor, în funcție de tipul de audiență și de context;
- cunoașterea fundamentelor artistice și creative pentru generarea de produse media;
- implementarea regulilor creativității pentru redactarea enunțurilor publicitare ținând cont de cerințele clientului, de publicul țintă, de mass-media și de obiectivele de marketing;

- formularea unor puncte spre care converg tehnologia, experiența utilizatorilor și mediul de afaceri pentru a crea și a dezvolta noi produse;
- identificarea în mod corect de noi produse și idei de produse bazate pe studii de piață privind tendințele și nișele;
- formularea pașilor necesari dezvoltării unei campanii politice sau promoționale în mediul online și offline;
- alegerea în mod corespunzător a strategiei de comunicare cu mass-media, în funcție de necesitățile grupului țintă și particularitățile mediului de difuzare;
- formularea relevanței, motivelor și obiectivelor unei anumite cauze, cum ar fi o cauză caritabilă sau o campanie politică, unor persoane sau unui public mai larg, cu scopul de a obține sprijin pentru cauza respectivă;
- formularea în mod clar și corect a pașilor necesari pentru promovarea unui produs sau serviciu într-un anumit mediu de diseminare;
- tratarea comunicării și a publicului din perspectiva unor parametri specifici domeniului, pieței și mediului de diseminare;
- formularea de ipoteze, operaționalizarea unor concepte, dezvoltarea unor modalități de soluționare a problemelor de comunicare în relațiile publice, atât în mediul digital cât și în spațiul analogic;
- utilizarea de concepte specifice privind dezvoltarea unor produse/campanii media sau de relații publice cum sunt poziționarea, planificarea strategică în spațiul digital;
- descrierea modului de organizare a profesiei și a valorilor acesteia.

b) Abilități¹⁰ - Conform *Cadrului European al Calificărilor (European Qualifications Framework – EQF)*, rezultatele învățării aferente **nivelului 7 de calificare**, corespunzător studiilor universitare de masterat, presupun **abilități de specialitate pentru rezolvarea problemelor în materie de cercetare și/sau inovare, pentru dezvoltarea de noi cunoștințe și proceduri și pentru integrarea cunoștințelor din diferite domenii**:

- pregătirea și realizarea unor materiale specifice domeniului comunicării și al relațiilor publice;
- aplicarea aspectelor teoretice la situații concrete;
- aplicarea unor tehnici specifice de comunicare în domeniul relațiilor publice și în domenii conexe;
- punerea în practică a strategiilor, metodelor și tehnicilor de redactare și de comunicare în mass-media și relații publice (RP);
- identificarea și descrierea tipurilor diferite de audiență/public implicate în comunicarea mass-media și relații publice;

¹⁰ *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.

- elaborarea proiectelor de intervenție în domeniul de specialitate;
- elaborarea de produse/campanii de relații publice în condiții prestabilite;
- adaptarea instrumente tehnice și strategice de comunicare digitală ținând cont de deontologie și responsabilitate socială;
- aplicarea legislației naționale și europene privind liberul acces la informație, proprietatea intelectuală, drepturile de autor, copyrightul etc. în procesul comunicării profesionalizate și în activitățile de informare-documentare;
- folosirea tehnologiilor adecvate în realizarea și comunicarea profesionalizată a diverselor produse de informare, cu respectarea dreptului publicului de a fi informat corect;
- conceperea și analizarea unei baze de date privind nevoile, interesele, obișnuințele, preocupările și așteptările unui segment din public/audiență;
- reflectarea în mass-media a crizelor, conflictelor și proceselor de negociere și dezbateră publică din organizații;
- identificarea metodelor de cercetare, a tehnicilor și instrumentelor de cercetare adecvate în scopul analizei comunicării online și offline;
- dezvoltarea și implementarea de idei și produse creative media;
- identificarea și utilizarea unor indicatori relevanți pentru evaluarea rezultatelor campaniilor de informare, comunicare și publicitare;
- adaptarea instrumentelor tehnice și strategice de comunicare ținând cont de deontologie și responsabilitate socială;
- identificarea și utilizarea eficientă a limbajului și cunoștințelor de specialitate;
- formularea unor idei și enunțuri clare, respectând normele de citare, trimitere bibliografică, adnotare, parafrizare, proprietate intelectuală;
- interpretarea elementelor redacționale ale documentelor pentru a le transpune în forma cerută de normele de redactare;
- integrarea într-un plan de strategie online a unei baze de date privind nevoile, interesele, obișnuințele, preocupările și așteptările unui segment din public/audiență;
- elaborarea unor proiecte de investigație și de intervenție în domeniul de specialitate;
- elaborarea de strategii;
- planificarea, dezvoltarea și punerea în aplicare a unor strategii de management al platformelor de comunicare socială, al publicațiilor, a instrumentelor de management al platformelor de comunicare socială și a imaginii organizațiilor în acestea;
- crearea și de partajarea conținutului mediatic și de publicare pentru a dobândi clienți;
- facilitarea acordurilor sau a tratatelor internaționale încheiate cu alte țări prin desfășurarea de negocieri și încercarea de a proteja interesele guvernului din țara de origine;
- gestionarea modului de difuzare a informațiilor dintre o persoană sau o organizație și public;
- pregătirea materialelor grafice necesare prezentărilor publice;
- monitorizarea presei și întocmirea bazelor de date cu jurnaliști și instituții de presă;

- supravegherea producerii materialelor publicitare;
- aplicarea principiilor deontologice și a normelor etice care stau la baza organizării și funcționării activităților specifice relațiilor publice și jurnalismului;
- rezolvarea unor probleme specifice disciplinei;
- aplicarea conceptelor etice în cercetările științifice;
- utilizarea conceptelor, teoriilor și metodelor specifice specializărilor pentru explicarea fenomenelor asociate conceptelor de etică și integritate academică unui limbaj specific eticii cercetării;
- respectarea legilor naționale și europene privind proprietatea intelectuală în procesul comunicării profesionalizate;
- argumentarea necesității instituirii ordinii juridice în gestionarea bunurilor intangibile din industria creativității;
- exprimarea opiniilor informate referitor la conflictele actuale care vizează gestionarea eficientă și echitabilă a proprietății intelectuale în mediul online;
- prelucrarea surselor de informare în conformitate cu normele etice și juridice în vigoare;
- construirea unei imagini coerente a mărcilor pe care le administrează ținând cont de specificul publicului țintă și al pieței cărora se adresează;
- elaborarea modului de acțiune pentru promovarea unui produs sau serviciu conform unor criterii stabilite;
- gestionarea bugetelor produselor publicitare conform unui calendar de activități;
- construirea denumirilor pentru produsele noi și cele existente adaptate la factorii dați ai unei limbi și, în special, ai culturii pentru obținerea efectului dorit;
- elaborarea planului de promovare a unui produs pe diferite canale media și de comunicare socială cu scopul de a comunica și de a oferi valoare clienților;
- elaborarea și punerea în aplicare de orientări detaliate pentru gestionarea eficientă a brandului, integrând perspectiva tuturor părților interesate implicate, evidențiind abilități de analiză strategică și sinteză a informațiilor relevante;
- elaborarea de conținut și prezentarea mărcii ținând cont de contextul specific al platformelor de interacțiune online;
- structurarea unui plan bugetar necesar pentru buna desfășurare a unui proiect într-un interval de timp dat și ținând cont de cerințele specifice ale proiectului;
- construirea și aplicarea de noi strategii de promovare ținând cont de obiceiurile și nevoile grupurilor țintă;
- evaluarea rapoartelor periodice pentru a determina randamentul și eficiența strategiilor de promovare aplicate într-un interval de timp;
- conturarea unui plan de media detaliat pentru a evidenția cele mai bune canale de distribuție pentru campanie;
- conturarea conform unor criterii date a grupului țintă de consumatori, zona și obiectivele de marketing pentru a alege platforma mediatică, reflectând abilități de analiză strategică, luare a deciziilor și aliniere la obiectivele organizaționale;

- organizarea planului media conform unor obiective clare adaptate la specificul fiecărui mediu, modul, locul și momentul în care mesajul va fi distribuit în diverse medii, evidențiind competențe avansate în planificarea și gestionarea distribuției media;
- structurarea analizelor datelor dintr-un anumit context pentru a descoperi informații necesare procesului de decizie;
- gestionarea resurselor, bugetului, termenelor și rezultatelor necesare pentru a asigura calitatea optimă a unui anumit proiect;
- planificarea resurselor necesare derulării în condiții optime a unui anumit proiect, ținând cont de posibilitățile și limitările clientului reprezentat;
- monitorizarea conform unei grile de indicatori a progreselor înregistrate în cadrul proiectului pentru a realiza un obiectiv specific într-o anumită perioadă de timp și cu un buget prestabilit;
- elaborarea unor noi concepte creative necesare în procesul de comunicare ținând cont de identitatea organizațională reprezentată, de audiența țintă, de specificul pieței căreia se adresează și de mediul specific în care conceptul va fi diseminat;
- construirea de texte creative ținând cont de particularitățile unei audiențe țintă, de scopul publicitar și de marketing, precum și de mediul de diseminare a mesajului (online sau offline);
- analiza experiențelor online și a datelor online pentru a înțelege comportamentul utilizatorilor, factorii care declanșează atenția online și alți factori care ar putea optimiza dezvoltarea și expunerea prezenței online a mărcii, evidențiind competențe avansate în analiza datelor, înțelegerea comportamentului online și implementarea strategiilor de optimizare a prezenței online;
- integrarea în mod eficient în planificarea strategiei de relații publice a tehnologiilor mobile și rețelelor de socializare;
- evaluarea rezultatelor unei campanii în mediul digital aplicând criterii prestabilite mediului de desfășurare a campaniei;
- utilizarea într-un mod creativ a tehnologiilor digitale pentru inovarea proceselor și produselor;
- utilizarea tehnologiilor adecvate în realizarea și comunicarea profesionalizată a diverselor produse de informare digitală, cu respectarea dreptului publicului de a fi informat corect;
- utilizarea unor modele, grile, teste, proceduri și softuri adecvate pentru rezolvarea problemelor privind segmentarea publicului țintă și cu care se confruntă proiectul derulat;
- identificarea metodelor de cercetare, tehnicilor și instrumentelor de cercetare adecvate în scopul analizei comunicării în mediul analogic și digital;
- evaluarea modului în care o idee creativă corespunde obiectivelor specifice campaniei de relații publice;
- construirea și analiza unei baze de date privind nevoile, interesele, obișnuințele, preocupările și așteptările unui segment din public din mediul digital;

- realizarea de portofolii cu privire la dimensiunea mediatică a unui act de informare și/sau de comunicare profesionalizată;
- utilizarea criteriilor și metodelor standard de evaluare a calității și limitelor folosirii diverselor tehnologii digitale în cadrul unor acte concrete de informare și comunicare;
- identificarea și utilizarea indicatorilor relevanți pentru evaluarea rezultatelor campaniilor din mediul online și offline;
- generarea de informații corecte și de calitate în funcție de tipul de audiență și de context;
- elaborarea de materiale promoționale, materiale video, fotografii etc.
- ordonarea de materiale promoționale anterioare în mod organizat;
- generarea de noi idei de produse bazate pe studii de piață privind tendințele și nișele;
- construirea unui calendar stabilind obiective finale pentru procedurile și sarcinile unei campanii politice sau promoționale;
- comunicarea de informații în mod structurat către canalele media, în funcție de necesitățile unui grup țintă;
- elaborarea de materiale grafice corespunzătoare și alte informații în sprijinul unei prezentări;
- utilizarea optimă a diferitelor tipuri de canale de comunicare în vederea schimbului de idei sau de informații;
- construirea de strategii de consiliere a organizațiilor în vederea comunicării eficiente cu publicul țintă, precum și transmiterea adecvată a informațiilor;
- gestionarea managementului organizării unui eveniment, implicând bugetul, logistica, sprijinirea evenimentelor, securitatea, planurile de urgență și măsurile ulterioare;
- dezvoltarea de strategii de diseminare a motivelor și obiectivelor unei anumite cauze, cum ar fi o cauză caritabilă sau o campanie politică, unor persoane sau unui public mai larg, cu scopul de a obține sprijin pentru cauza respectivă;
- construirea de strategii privind tipul de conținut care urmează să fie furnizat grupurilor țintă cu privire la ce mijloace de informare trebuie utilizate, ținând seama de caracteristicile publicului-țintă și ale mass-mediei care vor fi utilizate pentru livrarea de conținut;
- dezvoltarea unei identități clare și a unei poziții unice pe piață pentru un produs, serviciu, acțiune sau personalitate publică;
- identificarea canalelor de distribuție optime pentru clienți;
- analizarea cantitativă și calitativă a informațiilor necesare pentru a evalua situația actuală a unei mărci;
- elaborarea unui plan de promovare a unui produs prin diferite canale, cum ar fi televiziunea, radioul, platformele de tipărire și platformele online și platformele de comunicare socială, cu scopul de a comunica și de a oferi valoare clienților;
- elaborarea modului de acțiune pentru promovarea unui produs sau serviciu;
- interpretarea traficului pe site-uri al platformelor de comunicare socială pentru a atrage atenția și participarea clienților existenți și potențiali;

- elaborarea de strategii de comunicare prin intermediul forumurilor de discuții, al registrelor de site-uri, al microblogurilor și al comunităților sociale în vederea obținerii unei imagini de ansamblu și a unei înțelegeri rapide a temelor și a opiniilor de pe rețeaua socială;
- planificarea strategiei de comunicare pe canalele digitale;
- gestioneze conținutul digital sau tipărit în vederea implementării unei strategii de comunicare;
- dezvoltarea unui sistem care descrie întregul proces de dezvoltare și publicare a conținutului editorial;
- evaluarea materialelor scrise, imaginile, materialele publicitare tipărite, digitale sau video, discursurile publice și declarațiile în conformitate cu obiectivele de comunicare ale clientului.

c) Responsabilitate și autonomie¹¹ - Conform *Cadrului European al Calificărilor (European Qualifications Framework – EQF)*, rezultatele învățării aferente **nivelului 7 de calificare**, corespunzător studiilor universitare de masterat, presupun *gestionarea și transformarea situațiilor de muncă sau de studiu care sunt complexe, imprevizibile și necesită noi abordări strategice, prin asumarea responsabilității pentru a contribui la cunoștințele și practicile profesionale și/sau pentru revizuirea performanței strategice a echipelor*:

- respectarea unor termene de predare;
- adaptarea instrumentelor conceptual-tehnice și strategice oferite de gândirea critică ținând cont de deontologie și responsabilitate socială;
- conștientizarea importanței disciplinei în formarea profesională;
- însușirea valorilor proprii disciplinei;
- evaluarea obiectivă și continuă a nevoii proprii de formare profesională și a perspectivelor de dezvoltare profesională la locul de muncă și în alte locuri de muncă de pe piața muncii;
- autoevaluarea nevoii de formare profesională, în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii;
- gândire analitică și critică, raportată la interpretarea unor evenimente curente;
- separarea informațiilor corecte de cele false;
- respectarea literei și a spiritului legilor naționale și europene privind proprietatea intelectuală în procesul comunicării profesionalizate;
- respectarea normelor etice și deontologice;
- folosirea unor limbi străine;
- împărtășirea cunoștințelor, experiențelor și resurselor informaționale, folosind canalele adecvate de comunicare profesionalizată;
- utilizarea în mod eficient și sustenabil a resurselor și tehnicilor retoricii sau gândirii critice pentru dezvoltarea personală și profesională;

¹¹ *Responsabilitate și autonomie (responsibility and autonomy)* înseamnă capacitatea cursantului de a aplica în mod autonom și responsabil cunoștințele și aptitudinile sale.

- executarea în mod responsabil a sarcinilor profesionale;
- capacitatea de a aborda în mod realist – cu argumentare atât teoretică, cât și practică, a unor situații-problemă cu grad ridicat de complexitate, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora;
- aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea unor sarcini de coordonare pe paliere diverse;
- manifestarea deschiderii față de tradiția culturii libere și față de accesul deschis la sursele comunităților creative;
- descurajarea, prin argumente logice și concludente, „furtul” rezultatelor muncii creatorilor de conținut;
- familiarizarea cu rolurile și activitățile specifice muncii în echipă și distribuirea de sarcini pentru nivelurile subordonate;
- capacitatea de a informa, convinge sau motiva publicul;
- capacitatea de analiză și sinteză;
- respectarea codurilor etice și profesionale din domeniul comunicării și al relațiilor publice;
- rezolvarea în mod realist, cu argumentare teoretică și practică, unele situații profesionale în vederea soluționării etice a acestora;
- alegerea și aplicarea celor mai potrivite metode și tehnici de comunicare, de ascultare activă și de negociere;
- identificarea și aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea unor sarcini pe paliere ierarhice;
- antrenarea abilităților de persuasiune și tehnicile de negociere prin aplicarea unor grile specifice;
- identificarea și utilizarea eficientă a limbajului și cunoștințelor de specialitate;
- dezvoltarea și implementarea ideilor creative;
- compararea soluțiilor adoptate în spețe similare și propunerea de alternative;
- participarea în echipe de profil sau coordonarea lor;
- înțelegerea aspectelor punctate în cadrul discuțiilor interactive cu jurnaliștii;
- îmbunătățirea comunicării cu consumatorii;
- adaptabilitatea la diversele culturi și limbi cu care interacționează prin intermediul comunicării cu publicul țintă și cu partenerii;
- utilizarea gândirii critice și alternative pentru rezolvarea sarcinilor de lucru;
- aplicarea unor principii etice și deontologice în diverse contexte decizionale;
- promovarea unei abordări științifice de actualitate în activitățile desfășurate în domeniul eticii academice;
- demonstrarea obiectivității în raționamente și intervenții, rigurozitate științifică și corectitudine științifică;
- deschidere față de tradiția culturii libere și față de accesul deschis la sursele comunităților creative.

3. Ocupații care pot fi practicate pe piața muncii

- Specialist în relații publice – cod ESCO 2432.9/cod COR 243201
- Purtător de cuvânt – cod ESCO 2432.9.1/cod COR 243206
- Specialist protocol și ceremonial – cod COR 243204
- Brand manager – cod ESCO 2431.4/cod COR 243207

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

Flexibilizarea programului de studii este asigurată prin discipline opționale, prin programele de mobilități precum ERASMUS+, prin Programul de cooperare finanțat prin Mecanismul Financiar al SEE, bursele oferite de Agenția de Credite și Burse de Studii sau cele oferite prin Programul Fulbright. De asemenea, UVT este membră a consorțiului UNITA, o alianță europeană de universități comprehensive, care oferă studenților posibilitatea să-și diversifice și să-și individualizeze parcursul curricular prin participarea virtuală la unul sau două cursuri oferite de universitățile UNITA.

Disciplinele la alegere (opționale) sunt propuse pentru semestrele 1-3 și sunt grupate în **pachete opționale**, care completează traseul de specializare a studentului. Alegerea traseului se face de către student, înainte de începerea fiecărui an universitar.

Disciplinele facultative sunt propuse pentru semestrele 1-4 de către Departamentul de Științe ale Comunicării sau Facultatea de Științe ale Guvernării și comunicării, care gestionează programul de studii, dar pot fi alese și din pachetele oferite de alte facultăți ale UVT.

În conformitate cu prevederile *Regulamentului privind elaborarea planurilor de învățământ pentru programele de studii de la Universitatea de Vest din Timișoara*, pentru ca studenții să poată beneficia de **credite pentru activități de voluntariat** în baza prevederilor Legii Învățământului Superior nr. 199/2023, cu modificările și completările ulterioare, disciplina Voluntariat este disponibilă în fiecare semestru în planurile de învățământ ale tuturor programelor de studii universitare de licență și de masterat, cu statut de disciplină facultativă, cu un număr de 2 credite ECTS.

5. Activitatea profesională și evaluarea studenților

Drepturile, obligațiile și condițiile desfășurării activității profesionale a studenților la Universitatea de Vest din Timișoara sunt reglementate prin *Codul drepturilor și obligațiilor studentului și Regulamentul privind activitatea profesională a studenților de la ciclurile de studii universitare de licență și de masterat din UVT*, aprobat de Senatul UVT.

Forma și metodele de evaluare/examinare pentru fiecare disciplină din planul de învățământ se stabilesc prin fișele disciplinelor.

6. Examenul de finalizare a studiilor

În conformitate cu *Regulamentul privind organizarea și desfășurarea examenelor de finalizare a studiilor universitare de licență și de masterat la Universitatea de Vest din Timișoara*, aprobat de Senatul UVT, examenul de finalizare a studiilor universitare de masterat la orice program de studii universitare de masterat organizat la UVT constă într-o probă de elaborare și susținere a lucrării de disertație, pentru care se acordă **10 credite**.

Tematica și bibliografia corespunzătoare probelor examenului de finalizare a studiilor se publică pe site-ul propriu al fiecărei facultăți și/sau pe site-ul UVT înainte de începutul fiecărui an universitar.

Înscrierea la examenul de finalizare a studiilor este condiționată de alegerea de către student a temei lucrării de finalizare a studiilor în cel mult 60 de zile de la începutul anului universitar al anului de studii terminal.

Depunerea variantei finale a lucrării de finalizare a studiilor pe platforma de e-learning se face cu cel puțin 5 zile lucrătoare înainte de data programată pentru începerea examenului.

Fiecare lucrare de finalizare a studiilor va fi însoțită, în momentul depunerii, de *Raportul de similaritate* rezultat ca urmare a verificării originalității lucrării de finalizare a studiilor universitare printr-un soft specializat, pe platforma de e-learning a UVT.

Conform structurii anului universitar, la UVT examenele de finalizare a studiilor universitare se pot organiza în 3 sesiuni, de regulă în lunile iulie, septembrie și februarie.

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

În conformitate cu prevederile ***Regulamentului privind organizarea și desfășurarea examenelor de finalizare a studiilor universitare de licență și de masterat la Facultatea de Științe ale Guvernării și Comunicării***, examenul de finalizare a studiilor universitare de masterat constă în prezentarea și susținerea lucrării de disertație (pentru promovarea căruia se alocă 10 credite).

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

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

Lucrările de finalizare a studiilor universitare trebuie să aibă un conținut original. Este strict interzisă comercializarea de lucrări științifice în vederea facilitării falsificării de către cumpărător a calității de autor al unei lucrări de licență/disertație. Dacă se constată de către

profesorul coordonator sau membrii comisiei de susținere a examenului, plagiatul sau falsificarea calității de autor al lucrării prin cumpărare/comercializare, absolventul nu va putea susține examenul de licență/disertație.

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

7. Pregătirea pentru profesia didactică (*dacă este cazul*)

Studentii care doresc să opteze și pentru o carieră didactică în învățământul preuniversitar trebuie să parcurgă (complementar prezentului program de studii) și să finalizeze *Programul de formare psihopedagogică în vederea certificării competențelor pentru profesia didactică* și să obțină Certificatul de absolvire a acestui program. În Universitatea de Vest din Timișoara acest program este organizat prin intermediul Departamentului pentru Pregătirea Personalului Didactic (DPPD) și poate fi urmat în paralel cu studiile universitare sau în regim postuniversitar. Pentru mai multe informații, accesați linkul: <https://dppd.uvt.ro>.

LISTA DISCIPLINELOR STUDIAȚE, GRUPATE PE ANI
ȘI SEMESTRE DE STUDII
Anul de studii I
An universitar 2025-2026

Nr. crt.	Disciplina	C1	C2	Cod disciplină	Semestrul I					Semestrul II				
					Număr de ore/ săptămână				Nr. de credite	Număr de ore/ săptămână				Nr. de credite
					C	S	L	P		C	S	L	P	
1.	Communicating Europe	DS	DO	C2M1101	2	1	-	-	7	-	-	-	-	-
2.	Legislația în domeniul proprietății intelectuale – copyright și licențiere online	DD	DO	C2M1102	1	1	-	-	6	-	-	-	-	-
3.	Etica cercetării	DF	DO	C2M1103	1	1	-	-	2	-	-	-	-	-
4.	Practica de specialitate	DF	DO	C2M1104	-	-	-	4	2					
5.	Spațiul public online și comunicarea politică	DS	DO	C2M1105	2	-	-	-	6					
6.	Tehnici de comunicare pe platforme digitale	DD	DO	C2M1201	-	-	-	-	-	2	2	-	-	8
7.	Open journalism și alte tendințe în jurnalismul contemporan	DS	DO	C2M1202	-	-	-	-	-	2	2	-	-	7
8.	Campanii sociale în context digital	DF	DO	C2M1203	-	-	-	-	-	2	2	-	-	7
9.	Tehnici de soluționare a conflictelor	DS	DOP	C2M1106	2	1	-	-	7	-	-	-	-	-
10.	Principii și aplicații în storytelling digital	DS	DOP	C2M1107										
11.	Managementul comunicării de criză	DD	DOP	C2M1204	-	-	-	-	-	2	2	-	-	8
12.	Aplicații ale gândirii critice în mediere și comunicare	DD	DOP	C2M1205										
Total					8	4	-	4	30	8	8	-	-	30
Total ore didactice pe săptămână					16				30	16				30

Discipline facultative

Nr. crt.	Disciplina	C1	C2	Cod disciplină	Semestrul I				Număr de credite	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	DFAC	C2M1108	-	60	-	-	2	-	-	-	-	-	
2.	Voluntariat 2	DC	DFAC	C2M1206	-	-	-	-	-	-	60	-	-	2	

Legendă

C1	criteriul conținutului
C2	criteriul obligativității
DF	discipline fundamentale
DD	discipline în domeniu (unde este cazul)
DS	discipline de specialitate
DC	discipline complementare
DO	discipline obligatorii (impuse)
DOP	discipline opționale (la alegere)
DFAC	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 practic
P	activitate didactică de tip stagiul de practică

Anul de studii II
An universitar 2026-2027

Nr. crt.	Disciplina	C1	C2	Cod disciplină	Semestrul I					Semestrul II				
					Număr de ore/ săptămână				Nr. de credite	Număr de ore/ săptămână				Nr. de credite
					C	S	L	P		C	S	L	P	
1.	Comunicare digitală	DD	DO	C2M2101	1	2	-	-	8	-	-	-	-	-
2.	Media, publicitate și RP în cultură	DS	DO	C2M2102	1	1	-	-	7	-	-	-	-	-
3.	Practică de specialitate	DS	DO	C2M2103	-	-	-	6	3	-	-	-	-	-
	Strategii de comunicare pentru combaterea știrilor false și ale dezinformării	DS	DO	C2M2104	-	2	-		4					
4.	Formate noi în jurnalismul cultural	DS	DO	C2M2201	-	-	-	-	-	2	2			8
5.	Industrii creative	DS	DO	C2M2202	-	-	-	-	-	2	2	-	-	8
6.	Metodologii de cercetare în elaborarea lucrării de disertație	DF	DO	C2M2203	-	-	-	-	-	1	1	-	-	7
7.	Imaginea organizației	DS	DO	C2M2204	-	-	-	-		2	1	-	-	7
Discipline opționale														
8.	Fundamentele consilierii	DD	DOP	C2M2105	2	1	-	-	8	-	-	-	-	-
9.	Tehnici de persuasiune în media digitală	DD	DOP	C2M2106										
Total					4	6	-	6	30	7	6	-	-	30
Total ore didactice pe săptămână					16					13				

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	DFAC	C2M2107	-	60	-	-	2	-	-	-	-	-
2.	Voluntariat 4	DC	DFAC	C2M2205	-	-	-	-	-	-	60	-	-	2

Legendă

C1	criteriul conținutului
C2	criteriul obligativității
DF	discipline fundamentale
DD	discipline în domeniu (unde este cazul)

DS	discipline de specialitate
DC	discipline complementare
DO	discipline obligatorii (impuse)
DOP	discipline opționale (la alegere)
DFAC	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 practic
P	activitate didactică de tip stagiul de practică

BILANȚ GENERAL I (după criteriul conținutului)

Nr. crt.	Tip disciplină	Număr total de ore								Preveder e standard specific ARACIS
		Anul I		Anul II		Întreg programul de studii			% din total	
		Curs	S/L/P	Curs	S/L/P	Curs	S/L/P	Total		
1.	Fundamentale	42	98	12	12	54	110	164	19,81%	
2.	De domeniu	70	70	42	42	112	112	224	27,05%	
2.	De specialitate	112	56	86	186	198	242	224	53,14%	
3.	Complementare	-	-	-	-	-	-	-	-	
TOTAL		224	224	140	240	364	464	828	100%	

BILANȚ GENERAL II (după criteriul obligativității)

Nr. crt.	Tip disciplină	Număr total de ore								Prevedere standard specific ARACIS
		Anul I		Anul II		Întreg programul de studii			% din total	
		Curs	S/L/P	Curs	S/L/P	Curs	S/L/P	Total		
1.	Obligatorie	168	182	112	226	280	408	688	83,09%	
2.	Opțională	56	42	28	14	84	56	140	16,91%	
TOTAL		224	224	140	240	364	464	828	100%	
3.	Facultative	-	120	-	120		240	240	-	Nu intră în calculul totalurilor
Raport total ore de curs/ ore de seminar/laborator/practică/						0,78			1/1 ± 20%	

Responsabil program de studii,

Director de departament,

Decan,

Lect. univ. dr. Simona Bader

Lect. univ. dr. Ioana Vid

Lect. univ. dr. Alexandru Jădăneanț

Rector,

prof. univ. dr. Marilen Gabriel PIRTEA