

ROMÂNIA

Ministerul Educației
Ministry of Education

UNIVERSITATEA "BABEȘ-BOLYAI" DIN CLUJ-NAPOCA¹⁾ BABEȘ-BOLYAI UNIVERSITY OF CLUJ-NAPOCA

SUPLIMENT LA DIPLOMĂ DIPLOMA SUPPLEMENT

²⁾ Acest supliment însoțește diploma cu

Seria Nr.

The Supplement is for diploma

Series No.

1. DATE DE IDENTIFICARE A TITULARULUI DIPLOMEI INFORMATION IDENTIFYING THE HOLDER OF THE DIPLOMA

Numele de familie la naștere

Family name(s) at birth

1.1a

Numele de familie după căsătorie (dacă este cazul)

Family name(s) after marriage (if applicable)

1.1b

Inițiala (inițialele) prenumelui (prenumelor) tatălui /
mamei

Initial(s) of father's / mother's first name(s)

1.2a

Prenumele

First name(s)

1.2b

Data nașterii (anul/luna/ziua)

Date of birth (year/month/day)

1.3a

Locul nașterii (localitatea, județul/sectorul, țara)

Place of birth

1.3b

Numărul matricol

Student enrolment number

1.4

Codul numeric personal (CNP)

Personal identification number

Anul înmatriculării

Year of enrolment

1.5

2. INFORMAȚII PRIVIND CALIFICAREA INFORMATION IDENTIFYING THE QUALIFICATION

Denumirea calificării și (dacă este cazul) titlul acordat (după promovarea examenului de finalizare a studiilor)

Name of qualification and (if applicable) title awarded (after passing the final examination)

2.1

PUBLICITATE. LICENȚIAT ÎN ȘTIINȚE ALE COMUNICĂRII

ADVERTISING. BACHELOR IN COMMUNICATION SCIENCES

Domeniul de studii

Field of study

2.2a

ȘTIINȚE ALE COMUNICĂRII

COMMUNICATION SCIENCES

Programul de studii

Programme of study

2.2b

PUBLICITATE

ADVERTISING

Numele și statutul instituției de învățământ superior
care eliberează diploma (în limba română)

Name and status of awarding institution

2.3a

UNIVERSITATEA "BABEȘ-BOLYAI" DIN CLUJ-NAPOCA

universitate publică acreditată

BABEȘ-BOLYAI UNIVERSITY OF CLUJ-NAPOCA

Accredited Public University

Facultatea care organizează examenul de finalizare a studiilor

Faculty administering the final examination

2.3b

FACULTATEA DE ȘTIINȚE POLITICE,

ADMINISTRATIVE ȘI ALE COMUNICĂRII

FACULTY OF POLITICAL, ADMINISTRATIVE AND

COMMUNICATION SCIENCES

Numele și statutul instituției de învățământ superior care a asigurat școlarizarea
(dacă diferă de 2.3a, în limba română)

Name and status of institution administering studies

(if different from 2.3a)

2.4a

Limba (limbile) de studiu / examinare

Language(s) of instruction / examination

2.5

ROMÂNĂ

ROMANIAN

Facultatea care a asigurat școlarizarea (dacă
diferă de 2.3b)

Faculty administering studies (if different

from 2.3b)

2.4b

3. INFORMAȚII PRIVIND NIVELUL CALIFICĂRII INFORMATION ON THE LEVEL OF THE QUALIFICATION

Nivelul calificării
Level of qualification

Durata oficială a programului de studii și numărul de credite de studii transferabile (conform ECTS/SECT)
Official length of the programme of study and number of ECTS/SECT credits

3.1

Studii universitare de licență - nivel de calificare 6 CNC (Cadrul național al calificărilor) / CEC (Cadrul european al calificărilor)
Bachelor Studies - Level 6 NQF (National Qualifications Framework) / EQF (European Qualifications Framework)

3.2

3 ani - 180 credite
3 years - 180 credits

Condițiile de admitere

Access requirement(s)

3.3

Etapa I de admitere: scrisoare de motivație, notată cu Admis/Respins;
Etapa II de admitere: ierarhizare în funcție de media examenului de bacalaureat.
Admission stage 1: letter of motivation marked on a pass/fail basis;
Admission stage 2: ranking according to the high school graduation examination average grade.

4. INFORMAȚII PRIVIND CURRICULUMUL ȘI REZULTATELE OBTINUTE INFORMATION ON THE CURRICULUM AND RESULTS GAINED

Forma de învățământ
Mode of study

4.1

CU FRECVENȚĂ
FULL TIME

Rezultatele învățării asigurate prin programul de studii
Learning outcomes of the study programme

4.2

CUNOȘTINȚE	KNOWLEDGE
C1. Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării Absolventul va <ul style="list-style-type: none"> cunoaște principii de structurare a informațiilor în comunicare, folosind diferite genuri informative și persuasive pe diferite platforme, atât în mediul digital cât și în mediile tradiționale. cunoaște modele ale comunicării mediate și principii de comunicare vizuală și design grafic utilizate în mediile tradiționale și în mediile digitale interactive. cunoaște legislația publicității, legislația privind drepturile de autor, legislația privind comunicarea publică și privată pe platformele digitale. cunoaște principiile deontologice și normele etice specifice aplicabile în contextul comunicării publice și respectării unor standarde comunicaționale. integra propria cunoaștere pentru a contribui la practica profesională și cunoaștere și pentru a-i ghida pe alții în analiza și evaluarea credibilității datelor, informațiilor și conținutului digital și a surselor acestora 	C1. Identifying and using specialized terminology, methodologies, and knowledge from the field of communication sciences The graduate will <ul style="list-style-type: none"> know principles of structuring information in communication using different informational and persuasive genres on different platforms, both in the online and traditional media. know the models of mediated communication, principles of visual communication and graphic design used in the traditional media and the digital interactive media. know advertising legislation, copyright legislation, legislation governing public and private communication on digital platforms. know principles of deontology, ethical codes of conduct of advertisers and specific ethical norms applicable in the context of public communication and adherence to communicational standards. integrate their knowledge to contribute to professional practices and knowledge and to guide others in the analysis and evaluation of the credibility and reliability of data, information and digital content and their sources.
C2. Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC) Absolventul va <ul style="list-style-type: none"> cunoaște principii de gestiunea informațiilor în contexte profesionale specifice și caracteristicile sistemelor multimedia din perspectiva producției și procesării de text, imagini, grafică, sunet și video, integrării, controlului și redării acestora în contexte digitale. cunoaște limbajul de specialitate al domeniului, utilizat în contextul comunicării digitale. cunoaște tehnicile de tehnoredactare computerizată utilizate în publicitatea digitală, tehnici digitale pentru pregătirea de materiale vizuale utilizate în campanii de publicitate. cunoaște operațiile specifice uneltelor software de editare și procesare de text, editare audio și video, elemente de bază ale editării grafice. avea cunoștințele necesare pentru practica profesională și pentru a-i ghida pe alții în utilizarea creativă a noilor tehnologii digitale 	C2. Using new information and communication technologies (IT&C) The graduate will <ul style="list-style-type: none"> know principles of information management in specific professional contexts and the characteristics of multimedia systems with respect to the production, processing, integration, control and presentation of text, images, graphics, sound and video in digital contexts. know the professional language of the domain, used in the context of digital communication. know publishing techniques used in digital advertising, digital techniques for visual products used in advertising campaigns. know the operations specific to text editing and processing software, audio and video editing software, basic graphic design skills. have the knowledge to contribute to professional practices and to guide others in creatively using digital technologies
C3. Descrierea tipurilor diferite de audiență / public implicate în comunicare/publicitate Absolventul va <ul style="list-style-type: none"> înțelege segmentarea publicului/audienței și va putea identifica diferite publicuri țintă în contextul unor proiecte de comunicare specifice. înțelege tipurile de documentație distinge între diferite strategii publicitare în funcție de situații de 	C3. Describing the different types of audiences involved in communication/advertising The graduate will <ul style="list-style-type: none"> understand audience segmentation and will be able to identify different target audiences in the context of particular communication projects. understand documentation types discern between different advertising strategies depending on

<p>comunicare digitală diferite și categorii/segmente de public/utilizatori.</p> <ul style="list-style-type: none"> distinge între diferite modele de promovare în funcție de diferite situații de comunicare digitală și categorii/segmente de public/utilizatori. înțelege noțiuni de psihologie cognitivă și științe comportamentale în scopul adaptării conținutului, distribuției și interacțiunilor la profilurile utilizatorilor. integra propria cunoaștere pentru a contribui la practica profesională și cunoaștere și pentru a-i ghida pe alții în interacțiune folosind tehnologii digitale 	<p><i>different digital communication situation factors and categories of users or audience segments.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <i>discern between different promoting models depending on different digital communication situation factors and categories of users or audience segments.</i> <i>understand and apply elements of cognitive psychology and behavioural sciences in order to adjust content, distribution, and interactions to user profiles.</i> <i>integrate their knowledge to contribute to professional practices and knowledge and to guide others in the interaction through digital technologies.</i>
<p>C4. Proiectarea și realizarea strategiilor publicitare Absolventul va</p> <ul style="list-style-type: none"> cunoaște principalele strategii de elaborare ale unei campanii publicitare va înțelege principiile de consultanță oferite diferitelor tipuri de organizații cunoaște principalele teme legate de publicitate ce acoperă o abordare strategică generală a categoriilor de produse și servicii are cunoștințe privind comercializarea produselor, privind structura bugetelor necesare realizării campaniilor și a produselor publicitare cunoaște metode alternative prin care să le propună clienților promovarea organizațiilor, produselor sau a proiectelor 	<p>C4. Designing and implementing advertising strategies The graduate will</p> <ul style="list-style-type: none"> know the main strategies for developing an advertising campaign understand the consulting principles offered to different types of organizations understand the main topics related to advertising that cover a general strategic approach of categories of products and services has knowledge of product marketing, the structure of budgets for campaigns and advertising products discern between alternative methods to propose clients how to promote organizations, products, or projects
<p>C5. Dezvoltarea conceptelor creative și realizarea produselor publicitare Absolventul va</p> <ul style="list-style-type: none"> înțelege mecanismele de dezvoltare a conceptelor creative cunoaște elementele de elaborare scrisă sau verbală ale produselor publicitate cunoaște principiile de colaborare creativă cu graficieni înțelege elementele fundamentale ale conceperii unei campanii publicitare cunoaște modalități de identificare a nevoilor clienților și de îndeplinire a așteptărilor publicului-țintă prin intermediul conceptelor creative 	<p>C5. Developing creative concepts and conceiving advertising products The graduate will</p> <ul style="list-style-type: none"> understand the mechanisms of developing creative concepts know the elements of written or verbal elaboration of advertising products know the principles of creative collaboration with graphic designers understand the fundamentals of conceiving an advertising campaign know how to identify customer needs and meet the expectations of the target audience through creative concepts
<p>C6. Identificarea și utilizarea elementelor de analiză și promovare digitală Absolventul va</p> <ul style="list-style-type: none"> înțelege gestionarea unui mediu digital interactiv pentru diversele tipuri de organizații cunoaște metodele de analiză și comunicare facilitate de aplicații și rețele de socializare cunoaște principalele mecanisme de menținere a legăturilor dintre comunități digitale diferite înțelege mecanismele de analiză și monitorizare a datelor digitale de pe rețelele de socializare pentru găsirea celor mai bune alternative de promovare cunoaște modalități de integrare a fundamentului strategic în activitatea de promovare în mediul digital 	<p>C6. Identifying and using elements of digital analysis and promotion The graduate will</p> <ul style="list-style-type: none"> understand the management of an interactive digital environment for different types of organizations discern between the methods of analysis and communication facilitated by applications and social networks know the main mechanisms for maintaining different digital communities connected understand the mechanisms of analysis and monitoring of digital data on social networks to find the best promotion alternatives know ways to integrate the strategic foundation in promotions in the digital environment
APTITUDINI	SKILLS
<p>C1. Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării Absolventul va putea</p> <ul style="list-style-type: none"> ajusta conținutul și forma unor mesaje și adapta în funcție de tipul de mediu digital și asigura calitatea conținutului. formula concepte de proiectare a conținutului, mesajelor sau distribuției pentru situația de comunicare. asigura conformitatea conținuturilor create sau gestionate cu cerințele legale, norme deontologice, standarde comunicaționale sau regulamentele companiei, negocia drepturi de autor. consulta și gestiona multiple surse de comunicare și formula analize și sinteze. crea soluții pentru probleme complexe și slab definite referitoare la analiza și evaluarea surselor de date, și informațiilor și conținuturilor din medii digitale în baza credibilității și încrederii 	<p>C1. Identifying and using specialized terminology, methodologies, and knowledge from the field of communication sciences The graduate will be able to</p> <ul style="list-style-type: none"> <i>adapt message content and its form to the type of digital media and conduct content quality assurance.</i> <i>translate requirements for content, messages, or distribution into strategies appropriate for the communication situation.</i> <i>ensure contents created comply with legal requirements, deontological norms, communicational standards or with company regulations, negotiate exploitation rights.</i> <i>consult and manage multiple communication sources and elaborate analyses based on them.</i> <i>create solutions to complex problems with limited definition that are related to analysing and evaluating credible and reliable sources of data, information, and content in digital environments.</i>
<p>C2. Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC) Absolventul va putea</p> <ul style="list-style-type: none"> utiliza software de editare a imaginilor și de promovare online. utiliza limbaje specifice comunicării în mediile digitale transpune cerințe în diferite tipuri de conținut, aplica tehnici de redactare computerizată, aduna informație și interpreta texte. realiza căutări complexe în baze de date digitale și crea 	<p>C2. Using new information and communication technologies (IT&C) The graduate will be able to</p> <ul style="list-style-type: none"> <i>use image editing and online promotion software.</i> <i>use specific language for digital communication.</i> <i>translate requirement concepts into different types of content, apply computer-driven writing techniques, gather information, and interpret texts.</i>

<p>vizualizări de date în contextul unor rapoarte de cercetare/analiză.</p> <ul style="list-style-type: none"> • întocmi unui plan de folosire a noilor tehnologii informaționale și media pentru un proiect concret de gestiune a informației și/sau de comunicare profesionalizată în spațiul online. • crea soluții pentru probleme complexe și slab definite referitoare la utilizarea tehnologiilor și instrumentelor digitale de comunicare. 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>use complex searches in digital databases and create data visualisations in the context of writing research/analysis reports.</i> • <i>create a plan for the use of new information and communication technologies for a specific information management or professional communication project online.</i> • <i>create solutions to complex problems with limited definition using communication digital tools and technologies.</i>
<p>C3. Descrierea tipurilor diferite de audiență / public implicate în comunicare Absolventul va putea</p> <ul style="list-style-type: none"> • identifica nevoile utilizatorilor și studia modele de comportament online. • evalua interacțiunea utilizatorilor cu execuțiile publicitare și determina obiectivele și îmbunătățirile pentru strategii ulterioare. • dezvolta planuri pentru comunități online de utilizatori și utiliza rețele sociale online. • să se mențină la curent cu activitatea utilizatorilor pe platforme digitale și rețele sociale și da curs solicitărilor online formulate de aceștia. • crea soluții pentru probleme complexe și slab definite referitoare la interacțiunea prin tehnologii și mijloace de comunicare digitale 	<p>C3. Describing the different types of audiences involved in communication <i>The graduate will be able to</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>identify user needs and study online behaviour models.</i> • <i>evaluate the users' interaction with advertising executions and determine the objectives and improvements of latter strategies</i> • <i>develop online community plans and use social media platforms.</i> • <i>stay up to date with social media and digital platforms and follow up online user requests.</i> • <i>create solutions to complex problems with limited definition that are related to interacting through digital technologies and digital communication means</i>
<p>C4. Proiectarea și realizarea strategiilor publicitare Absolventul va putea</p> <ul style="list-style-type: none"> • comunica și coopera cu clienții în vederea transmiterii obiectivelor și specificațiilor strategiei publicitare. • descrie, detalia și compara alternative posibile pe care clienții le-ar putea alege cu privire la produse și servicii pentru a-i convinge să ia o decizie care să fie în beneficiul companiei și al consumatorului. • culege, evalua și implementa date privind grupul-țintă pentru a facilita dezvoltarea strategică și studiul tendințelor pieței • prezenta un discurs sau țină o prelegere în care demonstrează și explică clientului noile idei ale unei campanii publicitare • utiliza întrebări adecvate și asculta activ pentru identificarea așteptărilor, dorințelor și cerințelor clienților în funcție de produse și servicii 	<p>C4. Designing and implementing advertising strategies The graduate will be able to</p> <ul style="list-style-type: none"> • communicate and cooperate with customers in order to convey the objectives and specifications of the advertising strategy. • describe, detail, and compare possible alternatives that clients may choose regarding products and services to persuade them to make a decision that benefits the company and the consumer. • collect, evaluate, and implement data on the target group to facilitate strategic development and the study of market trends • give a talk or lecture in which he demonstrates and explains to the client the new ideas of an advertising campaign • use appropriate questions and actively listen to identify customer expectations, needs, and requirements based on products and services
<p>C5. Dezvoltarea conceptelor creative și realizarea produselor publicitare Absolventul va putea</p> <ul style="list-style-type: none"> • dezvolta noi concepte creative acordate strategic într-o campanie integra așteptările, dorințele și cerințele clienților, în funcție de produse și servicii • concepe mesaje publicitare ținând cont de cerințele clientului și de publicul-țintă • transmite ideile și conceptele proprii colegilor membri ai echipei de creație pentru a găsi alternative, soluții și versiuni mai bune • identifica tendințele culturale 	<p>C5. Developing creative concepts and conceiving advertising products The graduate will be able to</p> <ul style="list-style-type: none"> • develop new creative concepts strategically attuned to a campaign • integrate customer expectations, desires, and requirements, depending on products and services • conceive advertising messages considering the requirements of the client and the target audience • communicate their own ideas and concepts to fellow members of the creative team to find better alternatives, solutions, and versions • identify popular cultural trends
<p>C6. Identificarea și utilizarea elementelor de analiză și promovare digitale Absolventul va putea</p> <ul style="list-style-type: none"> • analiza obiceiurile de cumpărare sau comportamentul predominant al clienților din spațiul digital • utiliza traficul pe site-uri ale platformelor de comunicare socială pentru a atrage atenția comunităților sociale • colabora cu un grup de profesioniști pentru a dezvolta strategii de promovare online, respectând obiectivele clientului • crea planuri pentru creșterea comunităților online, dezvoltând aria de utilizare, păstrând utilizatori recenți și sporind participarea utilizatorilor • elabora metode de revizuire, evaluare și promovare ale unui produs sau serviciu prin diferite platforme online și de comunicare socială 	<p>C6. Identifying and using elements of digital analysis and promotion The graduate will be able to</p> <ul style="list-style-type: none"> • analyze the buying habits or the predominant behavior of customers in the digital space • use the traffic on social media platforms sites to attract the attention of social communities • collaborate with a group of professionals to develop online promotion strategies, respecting the client's objectives • create plans for growing online communities, expanding the area of use, retaining recent users, and increasing user participation • develop methods for reviewing, evaluating, and promoting a product or service through various online and social media platforms
<p>RESPONSABILITATE ȘI AUTONOMIE Absolventul va putea</p> <ul style="list-style-type: none"> • rezolva în mod realist - cu argumentare atât teoretică, cât și practică - a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora. • aplica tehnici de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice. • autoevalua nevoia de formare profesională în scopul inserției și a adaptării la cerințele pieței muncii. • respecta documentele informative transmise de clienți, planul de lucru, solicitările creative ale artiștilor, cerințele tehnice formulate de programatori și bugetul stabilit pentru proiectul în execuție. 	<p>RESPONSIBILITY AND AUTONOMY The graduate will be able to</p> <ul style="list-style-type: none"> • solve, in a realistic manner, with both theoretical and practical argumentation, common professional situations, to provide an efficient and deontological solution. • apply efficient teamwork techniques, in a multidisciplinary team, accomplishing tasks on hierarchic levels. • self-evaluate the need for professional training for the purpose of insertion and adaptation to the requirements of the labour market • follow a brief, the work plan and work schedule, adapt to artists' creative demands, follow technical requirements by developers

<ul style="list-style-type: none"> dezvolta rețele profesionale, stabili contacte pentru a menține fluxul de informații, stabili relații de afaceri și utiliza diferite canale de comunicare profesională. dezvolta idei creative și defini planuri strategice crea soluții pentru probleme complexe și slab definite referitoare la utilizarea proceselor colaborative și co-construcția și co-crearea de date, resurse și cunoaștere prin instrumente și tehnologii digitale 	<ul style="list-style-type: none"> and finish projects within budget. develop professional networks, build contacts to maintain news flow, build business relationships and use different professional communication channels. develop creative ideas and define strategic plans create solutions to complex problems with limited definition that are related to using collaborative processes and co-construction and co-creation of data, resources and knowledge through digital tools and technologies.
---	--

Detalii privind programul absolvit, calificativele/ notele/ creditele ECTS/SECT obținute
(conform Registrului matricol al facultății, volumul nr. / anul)
Programme details and the individual grades/ marks/ ECTS/SECT credits obtained
(according to Faculty Student Records, volume no. / year)

4.3

Nr. No.	Denumirea disciplinei Subject	³⁾ Total ore Number of hours		Nota / Grade		Nr. credite Number of ECTS/SECT credits	
		C	S,LP,P	Sem I 1 st sem	Sem II 2 nd sem	Sem I 1 st sem	Sem II 2 nd sem
Anul I (anul universitar 2018 - 2019) 1 st year of study (2018 - 2019 academic year)							
1	Introducere în știința comunicării și a relațiilor publice <i>Introduction in the Communication and Public Relations Science</i>	28C	28S		-	6	-
2	Metode de cercetare în științele comunicării <i>Research Methods in Communication Science</i>	28C	28S		-	6	-
3	Elaborarea și redactarea lucrărilor științifice <i>Elaborating and Writting of Scientific Papers</i>	28C	28S		-	6	-
4	Utilizarea calculatorului în publicitate <i>Computer use in Advertising</i>	28C	28S		-	4	-
5	Educație fizică <i>Sport</i>	-	28S		-	2	-
6	Etică și integritate în Publicitate <i>Ethics and Integrity in Advertising</i>	28C	28S		-	5	-
7	Limba engleză <i>English Language</i>	-	28S		-	3	-
8	Limba franceză <i>French Language</i>	-	28S		-	3	-
9	Limba germană <i>German Language</i>	-	28S		-	3	-
10	Limba italiană <i>Italian Language</i>	-	28S		-	3	-
11	Limba spaniolă <i>Spanish Language</i>	-	28S		-	3	-
12	Limba rusă <i>Russian Language</i>	-	28S		-	3	-
13	Comunicare verbală și nonverbală <i>Verbal and Non-Verbal Communication</i>	28C	28S	-		-	6
14	Comunicare interpersonală <i>Interpersonal Communication</i>	28C	14S	-		-	5
15	Comunicare publicitară <i>Advertising Communication</i>	28C	28S	-		-	6
16	Introducere în studiile de conflict <i>Introduction in conflict studies</i>	28C	28S	-		-	5
17	Educație fizică <i>Sport</i>	-	28S	-		-	2
18	Limba engleză <i>English Language</i>	-	28S	-		-	3
19	Limba franceză <i>French Language</i>	-	28S	-		-	3
20	Limba germană <i>German Language</i>	-	28S	-		-	3
21	Limba italiană <i>Italian Language</i>	-	28S	-		-	3
22	Limba spaniolă <i>Spanish Language</i>	-	28S	-		-	3
23	Limba rusă <i>Russian Language</i>	-	28S	-		-	3
24	Atelier publicitate radio și TV <i>Advertising radio and TV : Workshop</i>	28C	14S	-		-	5
Promovat cu media : ⁴⁾		0,00		Total credite/Total ECTS/SECT		0	

Pass, average grade per academic year			credits :				
Anul II (anul universitar 2019 - 2020) 2 nd year of study (2019 - 2020 academic year)							
1	Bazele PR <i>PR Fundamentals</i>	28C	28S		-	4	-
2	Comunicare internă în organizații <i>Internal Communication in Organizations</i>	28C	28S		-	4	-
3	Practica profesională <i>Traineeship</i>	-	42LP		-	3	-
4	Comunicare mediatică <i>Media Communication</i>	28C	28S		-	4	-
5	Comunicare publică <i>Public Communication</i>	28C	28S		-	3	-
6	Societate și mass-media <i>Society and Mass-Media</i>	28C	14S		-	4	-
7	Planificare și implementare media <i>Media Planning and Implementation</i>	28C	14S		-	4	-
8	Fotografia în publicitate <i>Advertising Photography</i>	28C	14S		-	4	-
9	Publicitate și globalizare <i>Advertising and Globalization</i>	28C	14S		-	4	-
10	Antreprenoriat <i>Entrepreneurship</i>	-	28S		-	3	-
11	Analiza calitativă și cantitativă a datelor empirice <i>Qualitative and Quantitative Analysis of Empirical Data</i>	-	28S		-	3	-
12	Tehnici și instrumente de PR și publicitate <i>PR and Advertising</i>	28C	28S	-		-	4
13	Branding și brand management <i>Branding and Brand Management</i>	28C	28S	-		-	3
14	Atelier copywriting <i>Copywriting Workshop</i>	28C	28S	-		-	4
15	Practica profesională <i>Traineeship</i>	-	28LP	-		-	3
16	Publicitate on-line <i>Online Advertising</i>	28C	28LP	-		-	4
17	Event planning <i>Event planning</i>	28C	14S	-		-	6
18	Proiecte publicitare <i>Advertising Projects</i>	28C	14S	-		-	6
19	Publicitate culturală <i>Cultural Advertising</i>	28C	14S	-		-	6
20	Management <i>Management</i>	28C	-	-		-	3
Promovat cu media : ⁴⁾		0,00		Total credite/Total ECTS/SECT			
Pass, average grade per academic year				credits : 0			
Anul III (anul universitar 2020 - 2021) 3 rd year of study (2020 - 2021 academic year)							
1	Tehnici de promovare în mass-media <i>Mass Media Promotion</i>	28C	28S		-	5	-
2	Practica profesională <i>Traineeship</i>	-	28S		-	3	-
3	Introducere în științele politice <i>Introduction to Political Science</i>	28C	28S		-	5	-
4	Publicitate, religie și ideologie <i>Advertising, Religion and Ideology</i>	28C	28S		-	5	-
5	Comunicare interculturală <i>Intercultural Communication</i>	28C	28S		-	4	-
6	Consumatorul și comportamentul de consum <i>The consumer and the consumption behaviour</i>	28C	28S		-	4	-
7	Filosofia comunicării <i>Philosophy Communication</i>	28C	28S		-	4	-
8	Publicitate politică <i>Political Advertising</i>	28C	28S		-	4	-
9	Marketing general <i>General Marketing</i>	24C	12S	-		-	4
10	Limbaj și reprezentare în publicitate <i>Language and Representation in Advertising</i>	24C	24S	-		-	4
11	Atelier grafică design <i>Graphics and Design : Workshop</i>	24C	24S	-		-	4
12	Managementul agenției de publicitate	24C	24S	-		-	4

	<i>Advertising Agency Management</i>							
13	Teorii ale limbajului <i>Language Theory</i>	24C	24S	-		-	4	
14	Publicitate și artă <i>Advertising and Art</i>	24C	24S	-		-	5	
15	Publicitate în social media <i>Advertising in Social Media</i>	24C	24S	-		-	5	
16	Orientarea în carieră a specialiștilor în publicitate <i>Advertising Professionals Career Orientation</i>	24C	24S	-		-	5	
Promovat cu media : ⁴⁾ <i>Pass, average grade per academic year</i>		0,00	Total credite/Total ECTS/SECT <i>credits :</i>					0

Promovat:	Media ⁵⁾ de promovare a studiilor (ponderată cu puncte de credit – dacă este cazul):	Total credite:
Pass:	<i>Overall average grade (credit-weighted average – if available):</i>	<i>Total ECTS/SECT credits:</i>

Sistemul de notare și, dacă sunt disponibile, informații privind distribuția statistică a notelor
Grading scheme and, if available, grade distribution guidance

Notarea unei discipline se face pe o scală de la 10 la 1, notele acordate fiind numere întregi; nota minimă de promovare este 5, iar nota maximă este 10.

Media minimă de promovare a anilor de studii pentru promoția 2020-2021, domeniul de studii ȘTIINȚE ALE COMUNICĂRII, programul de studii PUBLICITATE este 6,40, iar media maximă este 9,94, titularul fiind clasat pe locul dintr-un total de 75 absolvenți.

Grades are integer numbers and given on a scale from 10 (the highest grade) to 1 (the lowest grade); the lowest passing grade is 5. The passing overall average grades for the class of 2020-2021, field of study COMMUNICATION SCIENCES, study programme in ADVERTISING, are: lowest average: 6.40 (out of 10) and highest average 9.94 (out of 10), the degree holder is ranked out of 75 graduates.

5. INFORMAȚII SUPLIMENTARE ADDITIONAL INFORMATION

Informații suplimentare
Additional information

Alte surse pentru obținerea mai multor informații
Further information sources

5.1

5.2

contact@fspac.ro

6. INFORMAȚII PRIVIND DREPTURILE CONFERITE DE CALIFICARE ȘI DE TITLU (dacă este cazul) INFORMATION ON THE FUNCTION OF THE QUALIFICATION AND DEGREE (if applicable)

Possibilități de continuare a studiilor (după promovarea examenului de finalizare)
Access to further study (after passing the final examination)

6.1

Studii universitare de masterat
Master Studies

Statutul profesional
Professional status

Conform COR (Clasificarea ocupațiilor din România) și ISCO-08 (Clasificarea europeană a aptitudinilor/ competențelor, calificărilor și ocupațiilor):

6.2

1. specialist în publicitate
2. copywriter publicitate
3. manager de comunitate online

According to National Romanian Classification of Occupations and to European Skills/ Competences, qualifications and Occupations):

1. advertising specialist
2. advertising copywriter
3. online community manager

7. LEGALITATEA SUPLIMENTULUI CERTIFICATION OF THE SUPPLEMENT

Funcția
Position

Semnătura
Signature

Funcția
Position

Semnătura
Signature

7.1

Rector
Rector

Prof. univ. dr. Daniel-Ovidiu DAVID

7.2

Secretar șef universitate
University Registrar

Cosmina-Ioana SUCIU

<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 40%;"> <p>Decan <i>Dean</i></p> <p>Prof. univ. dr. Călin Emilian HINȚEA</p> </div> <div style="width: 50%;"></div> </div>	<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 40%;"> <p>Secretar șef facultate <i>Faculty Registrar</i></p> <p>Csilla-Katalin GERGELY</p> </div> <div style="width: 50%;"></div> </div>
<p>⁶⁾ Nr. și data eliberării <i>No., dated</i></p> <div style="border: 1px solid black; height: 80px; margin-top: 10px; position: relative;"> <div style="position: absolute; top: 10px; left: 10px;"> <p>_____/_____/_____</p> <p>Acest document conține un număr de 9 pagini. <i>This document consists of 9 pages.</i></p> </div> </div>	<p>Ștampila sau sigiliul oficial <i>Official stamp or seal</i></p> <div style="border: 1px solid black; height: 80px; margin-top: 10px; position: relative;"> <div style="position: absolute; top: 50%; left: 50%; transform: translate(-50%, -50%);"> <p>L. S.</p> </div> </div>

¹⁾ Denumirea instituției de învățământ superior care a asigurat școlarizarea și care eliberează suplimentul la diplomă.

¹⁾ *Name of institution administering studies and provided diploma supplement.*

²⁾ Se va completa de către instituția de învățământ superior care eliberează diploma. Aceasta trebuie să verifice legalitatea tuturor înscrisurilor de pe diplomă și de pe suplimentul la diplomă.

²⁾ *To be filled in by the awarding institution that must check the legality of all information provided in the diploma and diploma supplement.*

³⁾ Se va menționa numărul total de ore, din care: numărul total de ore de curs (C); numărul total de ore de seminar (S); numărul total de ore de lucrări practice (LP); numărul total de ore de proiect (P); etc.

³⁾ *It shall be mentioned the total hours of which total hours for courses (C), seminars(S), practical courses (LP), projects (P).*

⁴⁾ Media anuală, cu două zecimale, fără rotunjire; aceasta se calculează fără disciplinele notate cu admis/respins.

⁴⁾ *Average grade per academic year, with two decimals and without rounding off; pass/fail grades shall not be included in the calculation.*

⁵⁾ Media generală, cu două zecimale, fără rotunjire; aceasta se calculează fără disciplinele notate cu admis/respins.

⁵⁾ *Overall average grade with two decimals and without rounding off; pass/fail grades shall not be included in the calculation.*

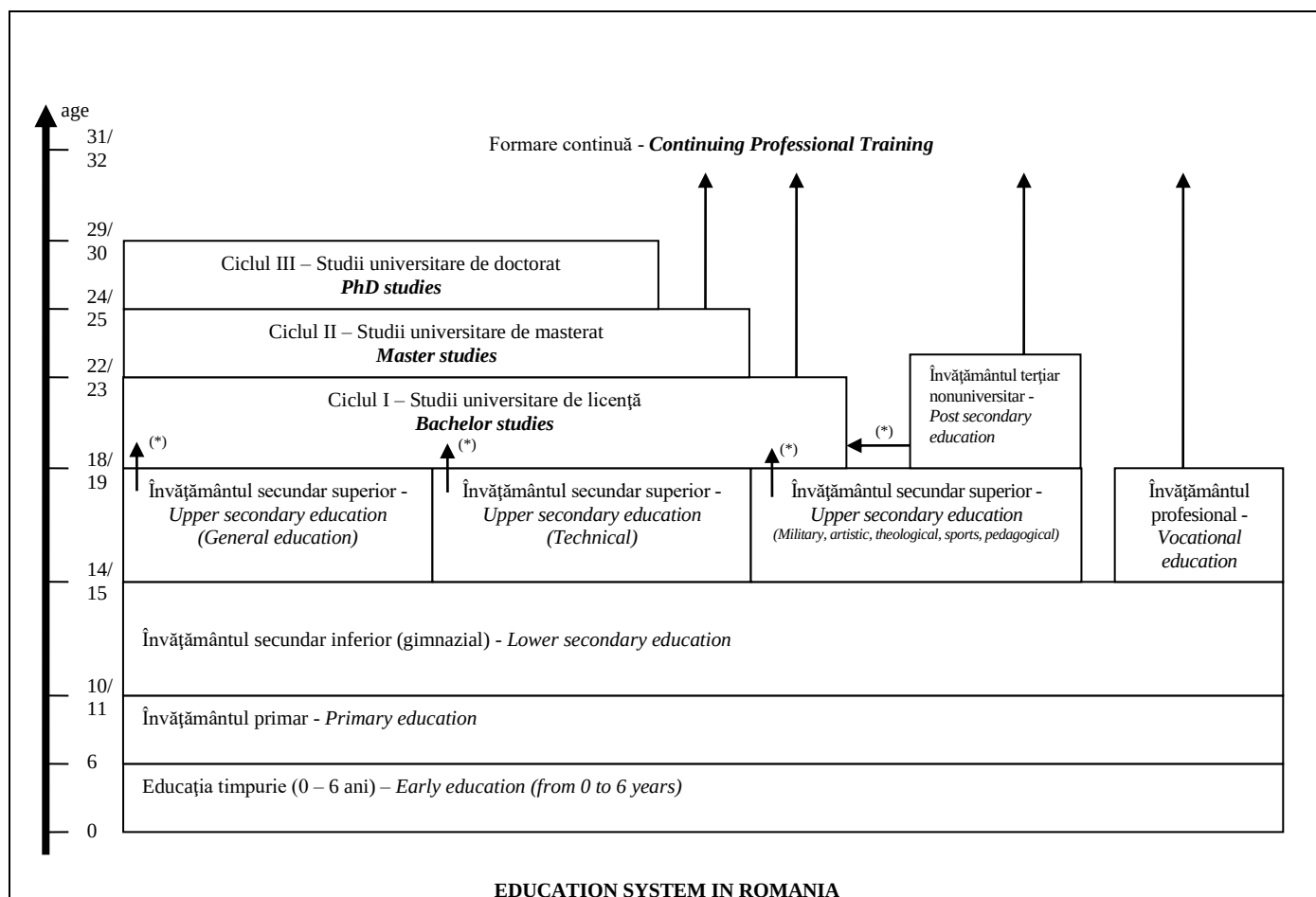
⁶⁾ Se va completa de către instituția care a asigurat școlarizarea titularului.

⁶⁾ *To be filled in by the institution administering studies.*

Suplimentul la diplomă se va redacta pe format A4 (față/verso), se va numerota și se va ștampila pe fiecare pagină, pe colțul din dreapta jos (L.S.), cu același specimen de la 7.6.

Diploma Supplement shall be printed on both sides of an A4 paper format and shall be numbered and stamped on each page on the right bottom corner (L.S.), with the same specimen from 7.6.

8. INFORMAȚII PRIVIND SISTEMUL NAȚIONAL DE ÎNVĂȚĂMÂNT INFORMATION ON THE NATIONAL EDUCATION SYSTEM



PREZENTARE GENERALĂ A SISTEMULUI NAȚIONAL DE ÎNVĂȚĂMÂNT SUPERIOR Overview of the national higher education system

Accesul în învățământul superior se bazează pe diploma de bacalaureat (obținută la sfârșitul învățământului secundar superior), iar accesul la programe de master se bazează pe diploma obținută după finalizarea studiilor de licență (BA/BSc/BEng).

Access to higher education is based on the baccalaureate diploma (obtained at the end of upper secondary education) and access to master programmes is based on the bachelor degree (BA/BSc/BEng).

Studiile universitare de licență (BA/BSc/BEng) presupun 180-240 de puncte de credit, calculate în conformitate cu sistemul european de credite transferabile (ECTS/SECT) și se finalizează prin nivelul 6 din cadrul european al calificărilor pentru învățare pe tot parcursul vieții (EQF/CEC).

Bachelor studies (BA/BSc/BEng) presuppose 180 - 240 credit points, calculated in accordance with the European Credit Transfer System (ECTS/SECT), and ends with the level 6 from the European Qualifications Framework for lifelong learning (EQF/CEC).

Studiile universitare de master (MA/MSc/MEng) presupun 60-120 puncte de credit, calculate în conformitate cu sistemul european de credite transferabile (ECTS/SECT) și se finalizează prin nivelul 7 din EQF/CEC.

Master studies (MA/MSc/MEng) presuppose 60 - 120 credit points, calculated in accordance with the European Credit Transfer System (ECTS/SECT), and ends with the level 7 EQF/CEC.

Pentru profesii reglementate prin norme, recomandări sau bune practici europene, studiile universitare de licență și masterat pot fi oferite comasat, într-un program unitar de studii universitare cu o durată cuprinsă între 5 și 6 ani, la învățământul cu frecvență, diplomele obținute fiind echivalente diplomei de master (în următoarele domenii de studiu: Medicină – 360 ECTS/SECT, Stomatologie – 360 ECTS/SECT, Farmacie – 300 ECTS/SECT, Medicină Veterinară – 360 ECTS/SECT, Arhitectură – 360 ECTS/SECT).

For professions regulated by European norms, regulations or good practices, bachelor (BA/BSc/BEng) and master studies (MA/MSc/MEng) can be provided as part of a 5 to 6 year full-time programme of study, thus diplomas are recognised as master's degree certificates (the following fields of study are considered: Medicine - 360 ECTS/SECT, Dentistry - 360 ECTS/SECT, Pharmacy - 300 ECTS/SECT, Veterinary Medicine - 360 ECTS/SECT, Architecture - 360 ECTS/SECT).

Studiile universitare de doctorat conduc la o teză de doctorat, iar candidații care finalizează primesc diploma de doctor. Studiile universitare de doctorat permit dobândirea unei calificări de nivelul 8 din EQF/CEC.

PhD studies result in a doctoral research thesis, while successful candidates are awarded a PhD diploma. Doctoral studies allow obtaining a qualification at level 8 EQF/CEC.

Sistemul de învățământ superior românesc este un sistem deschis. Toate universitățile din România folosesc Sistemul European de Credite Transferabile (ECTS/SECT).

The Romanian higher education system is an open system. All Romanian universities use the European Credit Transfer System (ECTS/SECT).

Programele de studii universitare pot fi organizate, după caz, conform reglementărilor legale în vigoare, la următoarele forme de învățământ: cu frecvență, cu frecvență redusă și la distanță.

University programs can be organized, as appropriate, according to legal regulations, at the following forms of education: full time, part time and distantly.

De asemenea, universitățile oferă programe de formare profesională continuă, pe baza cererilor de pe piața muncii.

Universities also provide continuing professional training programmes based on the market demands.

*) În conformitate cu Legea nr. 1/2011
According to Law no. 1/2011