

ROMÂNIA
MINISTERUL EDUCAȚIEI
THE MINISTRY OF EDUCATION
UNIVERSITATEA DE VEST DIN TIMIȘOARA¹⁾
WEST UNIVERSITY OF TIMIȘOARA
SUPPLEMENT LA DIPLOMĂ
DIPLOMA SUPPLEMENT

²⁾Acest supliment însoțește diploma cu seria _____ nr. _____
This Supplement is for diploma series _____ no. _____

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

Numele de familie la naștere <i>Family name(s) at the birth</i>		Numele de familie după căsătorie (dacă este cazul) <i>Family names(s) (after marriage) (if applicable)</i>	
1.1a	<input type="text"/>	1.1b	<input type="text"/>
Inițiala (inițialele) numelui (prenumelui) tatălui/mamei <i>Initial(s) of father's/mother's first name(s)</i>		Prenumele <i>First name(s)</i>	
1.2a	<input type="text"/>	1.2b	<input type="text"/>
Data nașterii (anul/luna/ziua) <i>Date of birth (year/month/day)</i>		Locul nașterii <i>Place of birth</i>	
1.3a	<input type="text"/>	1.3b	<input type="text"/>
Număr matricol <i>Student enrollment number</i>		Cod numeric personal (CNP) <i>Personal identification number</i>	Anul înmatriculării <i>Year of enrollment</i>
1.4	<input type="text"/>	1.5	<input type="text"/>

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	COMUNICARE ȘI RELAȚII PUBLICE, LICENȚIAT ÎN ȘTIINȚE ALE COMUNICĂRII <i>COMMUNICATION AND PUBLIC RELATIONS, BACHELOR IN COMMUNICATION SCIENCES</i>		
Domeniul de studii <i>Field of study</i>		Programul de studii <i>Programme of study</i>	
2.2a	ȘTIINȚE ALE COMUNICĂRII <i>COMMUNICATION SCIENCES</i>	2.2b	COMUNICARE ȘI RELAȚII PUBLICE <i>COMMUNICATION AND PUBLIC RELATIONS</i>
Numele și statutul instituției de învățământ superior care acordă diploma (în limba română) <i>Name and status of awarding institution</i>		Facultatea care organizează examenul de finalizare a studiilor <i>Faculty administering the final examination</i>	
2.3a	UNIVERSITATEA DE VEST DIN TIMIȘOARA UNIVERSITATE DE STAT ACREDITATĂ <i>WEST UNIVERSITY OF TIMIȘOARA</i> <i>ACCREDITED STATE UNIVERSITY</i>	2.3b	FACULTATEA DE ȘTIINȚE POLITICE, FILOSOFIE ȘI ȘTIINȚE ALE COMUNICĂRII <i>FACULTY OF POLITIC SCIENCES, PHILOSOPHY AND COMMUNICATION SCIENCES</i>
Numele și statutul instituției de învățământ superior absolvite (dacă diferă de 2.3a, în limba română) <i>Name and status of institution administering studies (if different from 2.3a)</i>		Facultatea care a asigurat școlarizarea (dacă diferă de 2.3b) <i>Faculty administering studies (if different from 2.3b)</i>	
2.4a	<input type="text"/>	2.4b	<input type="text"/>
Limba (limbile) de studiu/examinare <i>Language(s) of instruction/examination</i>			
2.5	ROMÂNĂ, ROMANIAN		

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 SECTS/SECT)
Official length of the programme of study and number of ECTS/SECT credits

3.1	CICLUL I – STUDII UNIVERSITARE DE LICENȚĂ, 6 CNC <i>BACHELOR STUDIES, 6 EQF</i>	3.2	3 ANI, 180 SECT <i>3 YEARS, 180 ECTS</i>
3.3	DIPLOMĂ DE BACALAUREAT <i>BACCALAUREATE</i>		

Condiții de admitere

Access requirement(s)

4. INFORMAȚII PRIVIND CURRICULUMUL ȘI REZULTATELE OBTINUTE

INFORMATION ON THE CURRICULUM AND RESULTS GAINED

Forma de învățământ

Mode of study

4.1	ÎNVĂȚĂMÂNT CU FRECVENȚĂ <i>FULL-TIME STUDY</i>
-----	--

Rezultatele învățării asigurate prin programul de studii

Learning outcomes of the study programme

Competențe cheie

- competențe de alfabetizare;
- competențe multilingvistice;
- competențe în domeniul științei, tehnologiei, ingineriei și matematicii;
- competențe digitale;
- competențe personale, sociale și de a învăța să înveți;
- competențe cetățenești;
- competențe antreprenoriale.

Competențe profesionale

- 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;
- 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;
- 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;
- 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;
- stabilește relații cu media - adoptă o atitudine profesională pentru a răspunde în mod eficient la cererile mass-media; e
- dezvoltă planul pentru comunitatea online - creează planul comunității pentru a crește comunitatea online, dezvoltă aria de utilizare, păstrează utilizatorii recenți și sporește participarea utilizatorilor;
- coordonează acțiunile din planul de marketing - gestionează imaginea de ansamblu a acțiunilor de marketing, cum ar fi planificarea de marketing, alocarea de resurse financiare interne, materialele publicitare și eforturile de implementare, control și comunicare;
- stabilește calendarul campaniei - creează un calendar și stabilește obiective finale pentru procedurile și sarcinile unei campanii politice sau promoționale;
- organizează susținătorii - coordonează și gestionează relații cu rețelele de suporteri;
- administrează procesul de planificare strategică al 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;
- aplică strategii de marketing - utilizează traficul pe site-uri al platformelor de comunicare socială, cum ar fi Facebook și Twitter, pentru a atrage atenția și participarea clienților existenți și potențiali 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 și gestionează noutăți care sosesc sau solicitări;
- coordonează campanii de marketing - 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;

- elaborează strategii de marketing - stabilește obiectivul strategiei de marketing, fie că este vorba de stabilirea unei imagini, de punerea în aplicare a unei strategii de stabilire a prețurilor sau de sensibilizarea publicului cu privire la produs. Stabilește abordări ale acțiunilor de marketing pentru a se asigura că obiectivele sunt atinse în mod eficient și pe termen lung.

Competențe transversale

- face prezentări publice - vorbește în public și interacționează cu cei prezenți. Pregătește afișe, planuri, grafice și alte informații în sprijinul prezentării;
- 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;
- 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, diaporamele, 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 studiarea tuturor posibilităților, pentru a se asigura că acel client obține rezultatul preferat;
- 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;
- dezvoltă idei creative - dezvoltarea de noi concepte artistice și idei creative;
- vorbește mai multe limbi străine - stăpânește limbi străine pentru a putea comunica într-una sau mai multe limbi străine;
- desfășoară activități de colectare de fonduri - desfășoară activități prin care se vor strânge fonduri pentru o organizație sau o campanie, cum ar fi adresarea către public, strângerea de fonduri în timpul acțiunii de colectare de fonduri sau alte evenimente cu caracter general și utilizarea de instrumente de colectare de fonduri online;
- păstrează registre profesionale - produce și păstrează evidențe ale activității desfășurate;
- aplică gândire strategică - asigură generarea și aplicarea efectivă a cunoștințelor de afaceri și a posibilităților oportunități în vederea obținerii unui avantaj economic competitiv pe termen lung;
- coordonează evenimente - conduce evenimente gestionând bugetul, logistica, sprijinirea evenimentelor, securitatea, planurile de urgență și măsurile ulterioare;
- programează reuniuni - programează și stabilește întâlniri sau reuniuni profesionale pentru clienți sau superiori;
- gestionează activități de colectare de fonduri - inițiază activități de colectare de fonduri prin gestionarea locului, a echipelor implicate, a cauzelor și a bugetelor;
- efectuează cercetare de piață - culege, evaluează și reprezintă date privind piața-țintă și clienții pentru a facilita dezvoltarea strategică și studiile de fezabilitate. Identifică tendințele pieței;
- stabilește poziționarea pe piață a mărcii - dezvoltă o identitate clară și poziția unică pe piață; comunică cu părțile interesate și se distinge de concurență;
- menține relații cu furnizorii - construiește o relație durabilă și semnificativă cu furnizorii și cu prestatorii de servicii în vederea stabilirii unei colaborări, cooperări și negocieri contractuale pozitive, profitabile și de durată.
- analizează factorii interni ai societăților - cercetează și înțelege diferiți factori interni care influențează funcționarea întreprinderilor, cum ar fi cultura, fundația strategică, produsele, prețurile și resursele sale disponibile;
- desfășoară activități de comunicare strategică - studiază posibilități de îmbunătățire pe termen lung și planifică etape de realizare a acestora.

Key competences:

- literacy competence;
- multilingual competence;
- mathematical competence and competence in science, technology and engineering;
- digital competence;
- personal, social and learning to learn competence;
- citizenship competence;
- entrepreneurship competence.

Professional Competences:

- analyse external factors of companies - perform research and analysis of the external factor pertaining to companies such as consumers, position in the market, competitors, and political situation;
- perform public relations - perform public relations (PR) by managing the spread of information between an individual or an organisation and the public;
- develop communications strategies - manage or contribute to the conception and implementation of an organisation's internal and external communications plans and presentation, including its online presence;
- develop public relations strategies - plan, coordinate and implement all the efforts required in a public relations strategy such as defining the targets, preparing communications, contacting partners, and spreading information among stakeholders;
- advise on public image - advise a client such as a politician, artist or another individual dealing with the public on how to present themselves in a way which would gain most favour from the general public or a target audience;
- advise on public relations - advise business or public organisations on public relations management and strategies in order to ensure efficient communication with target audiences, and proper conveying of information;
- draft press releases - collect information and write press releases adjusting the register to the target audience and ensuring that the message is well conveyed;
- establish relationship with the media - adopt a professional attitude to respond effectively to the demands of the media;
- develop online community plan - create the community's plan to grow the online community, build usage, retain recent users and increase the user's participation;
- coordinate marketing plan actions - manage the overview of the marketing actions such as the marketing planning, internal financial resource granting, advertising materials, implementation, control, and communication efforts;
- create campaign schedule - create a timeline and establish final goals for the procedures and tasks of a political or otherwise promotional campaign;
- organise supporters - coordinate and managing relations with networks of supporters;

- lead the brand strategic planning process - manage the strategic planning process of the brand as well as provide innovation and progress in the strategy planning methodologies and improvements for consumer communication in order to base innovation and strategies on consumer insights and needs;
- apply social media marketing - employ website traffic of social media such as Facebook and Twitter to generate attention and participation of existing and potential customers through discussion forums, web logs, microblogging and social communities for gaining a quick overview or insight into topics and opinions in the social web and handle inbound leads or inquiries;
- coordinate advertising campaigns - organise course of action to promote a product or service; oversee the production of TV advertisements, newspaper and magazine ads, suggest mail packs, email campaigns, websites, stands and other advertising channels;
- plan marketing strategy - determine the objective of the marketing strategy whether it is for establishing image, implementing a pricing strategy, or raising awareness of the product. Establish approaches of marketing actions to ensure that goals are achieved efficiently and over a long term.

Transversal competences

- conduct public presentations - speak in public and interact with those present. Prepare notices, plans, charts, and other information to support the presentation;
- integrate strategic foundation in daily performance - reflect on the strategic foundation of companies, meaning their mission, vision, and values in order to integrate this foundation in the performance of the job position;
- give interviews to media - prepare oneself according to the context and the diversity of media (radio, television, web, newspapers, etc.), and give an interview;
- organise press conferences - organise interviews for a group of journalists in order to make an announcement or answer questions on a specific subject;
- prepare presentation material - prepare the documents, slide shows, posters and any other media needed for specific audiences;
- protect client interests - protect the interests and needs of a client by taking necessary actions, and researching all possibilities, to ensure that the client obtains their favoured outcome;
- use different communication channels - make use of various types of communication channels such as verbal, handwritten, digital and telephonic communication with the purpose of constructing and sharing ideas or information;
- develop creative ideas - developing new artistic concepts and creative ideas;
- speak different languages - master foreign languages to be able to communicate in one or more foreign languages;
- perform fundraising activities - perform activities which will raise funds for an organisation or campaign, such as speaking with the public, gathering funds during fundraising or other general events, and using online fundraising tools;
- maintain professional records - produce and maintain records of work performed;
- apply strategic thinking - apply generation and effective application of business insights and possible opportunities, in order to achieve competitive business advantage on a long-term basis;
- coordinate events - lead events by managing budget, logistics, event support, security, emergency plans and follow up;
- fix meetings - fix and schedule professional appointments or meetings for clients or superiors;
- manage fundraising activities - initiate fundraising activities managing the place, teams involved, causes and budgets;
- collects, evaluates and represents target market and customer data to facilitate strategic development and feasibility studies. Identifies market trends;
- set brand positioning - develop a clear identity and unique position in the market; communicate with stakeholders and distinguish from competitors;
- maintain relationship with suppliers - build a lasting and meaningful relationship with suppliers and service providers in order to establish a positive, profitable and enduring collaboration, co-operation and contract negotiation;
- analyse internal factors of the company - research and understand various internal factors that influence the operation of companies such as its culture, strategic foundation, products, prices, and available resources;
- carry out strategic research - research long term possibilities for improvements and plan steps to achieve them.

Rezultate ale învățării

a) Cunoștințe

- înțelegerea principiilor de bază ale creativității și inovației în branding.
- cunoașterea tendințelor actuale din industrie și a comportamentului consumatorilor.
- înțelegerea procesului de dezvoltare a identității de brand și a strategiei de comunicare.
- înțelegerea principiilor și tehnicilor de negociere și a legislației contractuale relevante.
- înțelegerea principiilor de comunicare eficientă și a importanței colaborării într-o relație de afaceri.
- înțelegerea tehnicilor și metodologiilor de cercetare de piață, precum și a sursei și tipurilor de date relevante.
- înțelegerea analizei statistice și a instrumentelor software pentru prelucrarea datelor.
- înțelegerea tehnologiilor de prezentare și a tehnicilor de comunicare eficientă.
- înțelegerea importanței identificării și urmării tendințelor de piață.
- înțelegerea procesului de dezvoltare a identității de brand, inclusiv valorile, misiunea și viziunea acestuia.
- înțelegerea conceptului de poziționare pe piață și a nevoilor și preferințelor clienților țintă.
- înțelegerea mediului concurențial și a strategiilor competitorilor.
- înțelegerea nevoilor și comportamentului consumatorilor, precum și a tehnicilor de segmentare a pieței.
- înțelegerea importanței comunicării interculturale și a teoriilor comunicării în context multicultural.
- înțelegerea conceptelor de marketing și a diferitelor canale de promovare disponibile.
- înțelegerea procesului de producție a conținutului publicitar pentru diverse medii, cum ar fi televiziunea, presa scrisă, online etc.
- înțelegerea metricilor și a instrumentelor de analiză pentru evaluarea performanței campaniilor de marketing.
- înțelegerea surselor de date disponibile, a metodelor de colectare a datelor și a tehnologiilor utilizate pentru analiză.
- înțelegerea conceptului de analiză swot (puncte tari, puncte slabe, oportunități și amenințări) și a factorilor cheie de succes în industrie.
- înțelegerea instrumentelor de analiză de date și a software-ului specific pentru analiza cantitativă și calitativă.
- înțelegerea conceptelor și principiilor fundamentale ale motoarelor de căutare și a publicității online.
- înțelegerea tipurilor de campanii sem, cum ar fi publicitatea pe bază de cuvinte cheie și publicitatea display.
- înțelegerea metricilor de performanță sem, cum ar fi ctr (click-through rate) și roi (return on investment).
- înțelegerea profundă a platformelor de comunicare socială populare, cum ar fi facebook și twitter, inclusiv caracteristicile, funcționalitățile și algoritmul lor.

- înțelegerea nevoilor și preferințelor publicului țintă și a tipurilor de conținut care funcționează pe platformele de comunicare socială.
- înțelegerea metricilor de participare pe platformele sociale, cum ar fi numărul de like-uri, comentarii și distribuiri.
- înțelegerea importanței integrității și a responsabilității sociale a companiei.
- înțelegerea procesului de planificare și implementare a strategiilor de comunitate pentru a atrage și angaja utilizatorii online.
- înțelegerea metricilor și a analizelor necesare pentru a evalua performanța comunității online.
- înțelegerea importanței planificării și calendarizării evenimentelor pentru o campanie politică sau promoțională de succes.
- înțelegerea procesului de stabilire a obiectivelor finale și a indicatorilor de performanță relevanți pentru campania politică sau promoțională.
- înțelegerea metodelor și instrumentelor necesare pentru a monitoriza și evalua progresul campaniei.
- înțelegerea importanței securității datelor și a protecției informațiilor sensibile.
- înțelegerea importanței comunicării etice în cadrul evenimentelor și interacțiunilor profesionale.
- înțelegerea importanței protecției datelor și a informațiilor confidențiale în cadrul evenimentelor.
- înțelegerea importanței tratamentului echitabil și non-discriminatoriu al tuturor participanților la evenimente.
- înțelegerea procesului de comunicare cu mass-media, inclusiv rolul mass-media și a purtătorului de cuvânt în acest proces.
- înțelegerea importanței dezvoltării și gestionării unei rețele profesionale.
- înțelegerea tehnicilor de comunicare eficientă în context profesional.
- înțelegerea necesității de a ține evidența contactelor profesionale.
- înțelegerea procesului de redactare a comunicatelor de presă, inclusiv structura, conținutul și obiectivele acestora.
- înțelegerea importanței adaptării mesajului la publicul-țintă specific.
- înțelegerea importanței furnizării de informații precise și corecte în comunicatele de presă.
- înțelegerea tehnicilor și metodologiilor pentru pregătirea materialelor de prezentare.
- înțelegerea modului de gestionare a resurselor tehnice necesare pentru pregătirea materialelor de prezentare.
- înțelegerea importanței evaluării și îmbunătățirii continue a materialelor de prezentare.
- înțelegerea diferitelor mijloace de comunicare în masă, cum ar fi radio, televiziune, internet, ziare, reviste, și a caracteristicilor specifice ale fiecăruia.
- înțelegerea procesului de pregătire pentru interviuri media, inclusiv identificarea obiectivelor interviului și a publicului-țintă.
- înțelegerea tehnicilor de comunicare eficientă în fața camerei sau a microfonului.
- înțelegerea importanței evaluării performanței după interviurile media.
- înțelegerea tehnologiilor și instrumentelor necesare pentru comunicarea digitală, inclusiv gestionarea e-mailurilor, mesajelor text, platformelor de chat și a rețelelor sociale.
- înțelegerea importanței evaluării și monitorizării performanței comunicării în diverse canale.
- înțelegerea importanței materialelor de suport pentru prezentare, cum ar fi afișe, planuri, grafice și alte informații.
- înțelegerea importanței evaluării performanței în vorbirea în public și prezentările publice.
- înțelegerea principiilor și regulilor etice care guvernează profesia de purtător de cuvânt, inclusiv standardele de confidențialitate și conduita corectă în comunicarea publică.
- înțelegerea importanței exemplului personal în promovarea eticii și integrității profesionale.
- înțelegerea necesității promovării unei culturi etice în organizație și a modului de implementare a acesteia.
- înțelegerea profundă a factorilor interni care influențează o întreprindere, inclusiv cultura organizațională, misiunea și viziunea, portofoliul de produse/servicii, strategiile de prețuri și resursele disponibile.
- înțelegerea conceptului de cultură organizațională și a modului în care aceasta poate influența deciziile de marketing.
- înțelegerea profundă a segmentelor de clienți, inclusiv a preferințelor, nevoilor și comportamentului lor de cumpărare.
- cunoașterea detaliată a produselor și serviciilor oferite de întreprindere.
- înțelegerea importanței fidelizării clienților și a strategiilor asociate.
- înțelegerea resurselor, competențelor și punctelor forte ale firmei.
- înțelegerea importanței și necesității schimbului eficient de informații în mediul de marketing și de afaceri.
- înțelegerea și cunoașterea regulilor, codurilor de etică și reglementărilor care guvernează practicile de marketing, inclusiv publicitatea, confidențialitatea datelor și concurența loială.
- înțelegerea principiilor de confidențialitate a datelor personale și a cerințelor legale privind protecția datelor.
- cunoașterea tehnicilor de comunicare cu mass-media, inclusiv limbajul și formatul specific pentru comunicate de presă și interviuri.
- înțelegerea procesului de gestionare a crizelor de comunicare și a metodelor de gestionare a situațiilor critice.
- cunoașterea și înțelegerea principiilor etice în comunicarea cu mass-media și respectarea standardelor profesionale.
- înțelegerea și aplicarea principiilor fundamentale ale comunicării scrise, precum structura, tonul, stilul și tehnicile de redactare adecvate.
- înțelegerea publicului-țintă, a preferințelor acestuia și a modului în care să se adapteze mesajul pentru a fi relevant și eficient.
- cunoașterea principiilor etice și a standardelor profesionale în comunicare, inclusiv transparența și corectitudinea informațiilor.
- înțelegerea tehnicilor și strategiilor de comunicare în relațiile publice, inclusiv dezvoltarea mesajelor, identificarea publicului-țintă și selectarea canalelor de comunicare adecvate.
- înțelegerea procesului de identificare și evaluare a publicului-țintă și a părților interesate în cadrul campaniilor de relații publice.
- înțelegerea procesului de planificare, implementare și evaluare a campaniilor și evenimentelor de relații publice.
- cunoașterea principiilor etice și a standardelor profesionale în relațiile publice, inclusiv transparența, confidențialitatea și respectarea drepturilor părților interesate.
- înțelegerea importanței creativității în comunicare și relațiile publice.
- înțelegerea procesului de planificare și implementare a proiectelor creative în relațiile publice.
- înțelegerea principiilor de cercetare a pieței și metodelor de analiză a comportamentului consumatorilor.
- înțelegerea conceptelor de analiză a concurenței și a poziționării pe piață.
- înțelegerea conceptelor și a teoriilor de comunicare, precum și a metodelor de dezvoltare a strategiilor de comunicare.
- cunoașterea solidă despre mediul online, inclusiv tendințe în social media, motoare de căutare și platforme de comunicare online.
- înțelegerea importanței comunicării interne pentru angajați și pentru succesul organizației.
- cunoașterea despre publicul țintă, media și canalele de comunicare externe.
- cunoașterea extinse despre teoriile și practicile de relații publice, precum și despre tendințele actuale din domeniu.
- cunoașterea despre instrumentele și metodele de cercetare și evaluare a situației, inclusiv monitorizarea mediilor sociale și a mass-media.
- cunoașterea solidă despre limbajul și tehnicile persuasive de comunicare.

- cunoștințe despre metodele de evaluare a impactului mediatic și de măsurare a rezultatelor comunicării cu mass-media.
- cunoașterea principiilor comunicării eficiente în cadrul relațiilor publice.
- cunoașterea modului de construire și gestionare a relațiilor cu partenerii și părțile interesate.
- cunoștințe despre metodele de evaluare și măsurare a eficacității strategiilor de relații publice.
- cunoștințe avansate despre principiile designului grafic și ale comunicării scrise eficiente.
- cunoașterea publicului-țintă și a nevoilor acestuia în vederea adaptării materialelor create.
- cunoștințe despre gestionarea resurselor, inclusiv a timpului și a bugetului, pentru crearea și producția materialelor.
- cunoașterea standardelor de calitate și a metricilor de evaluare a eficacității materialelor create.
- cunoașterea drepturilor și nevoilor clientului în contextul relațiilor publice.
- cunoașterea domeniului de activitate al clientului și a pieței în care acesta operează.
- cunoașterea procesului de evaluare a riscurilor și oportunităților în cadrul proiectelor de relații publice.
- cunoașterea standardelor etice și a codurilor de conduită relevante pentru practica în domeniul relațiilor publice.
- înțelegerea conceptelor de misiune, viziune și valori în contextul organizațional.
- înțelegerea conceptelor de părți interesate și de relații publice în cadrul organizației.
- cunoașterea instrumentelor de evaluare și monitorizare a impactului comunicării organizaționale.
- cunoașterea tehnicilor de interviu, structura și protocolul interviurilor în diferite medii de comunicare.
- cunoașterea importanței gestionării imaginii și reputației organizaționale în timpul interviului și în mediul de comunicare în masă.
- cunoașterea metodelor de evaluare a impactului interviului asupra publicului țintă și a imaginii organizaționale.
- cunoașterea aprofundată a uneia sau mai multor limbi străine, inclusiv vocabular, gramatică și structura lingvistică specifică.
- înțelegerea subtilităților culturale și lingvistice specifice fiecărei limbi străine în contextul comunicării internaționale.
- cunoașterea tehnicilor de traducere și interpretare într-una sau mai multe limbi străine.
- înțelegerea importanței limbilor străine în dezvoltarea relațiilor internaționale și în extinderea rețelei de contacte.
- înțelegerea principiilor de bază ale comunicării eficiente, inclusiv ascultarea activă și empatia.
- cunoașterea mediului digital, inclusiv platformele de social media, site-urile web și instrumentele de comunicare online.
- cunoașterea metodelor de evaluare a eficacității comunicării și a satisfacției clienților sau părților interesate.
- înțelegerea principiilor de bază ale comunicării publice, inclusiv structura prezentărilor, tehnici de vorbire publică și strategii de captare a atenției audienței.
- cunoașterea tehnicilor de design și a instrumentelor de grafică și prezentare pentru crearea de materiale vizuale.
- înțelegerea tehnicilor de gestionare a interacțiunii cu publicul în timpul prezentării.
- cunoașterea metodelor de evaluare a performanței în comunicarea publică, cum ar fi feedback-ul din partea audienței și autoevaluarea.
- înțelegerea principiilor etice și a codurilor de conduită specifice domeniului relațiilor publice.
- înțelegerea importanței confidențialității datelor și a responsabilității de a proteja informațiile sensibile.

b) Abilități

- capacitatea de a gestiona proiecte de branding de la concept până la implementare.
- abilități excelente de comunicare verbală și scrisă, precum și abilități de negociere.
- abilitatea de a planifica și efectua cercetări de piață, inclusiv colectarea și analiza datelor.
- abilitatea de a interpreta datele și de a genera rapoarte și concluzii relevante.
- abilitatea de a comunica date și concluzii complexe într-un mod clar și persuasiv.
- abilitatea de a defini și de a comunica în mod eficient elementele cheie ale identității de brand, precum logo-ul, sloganul și mesajele de brand.
- abilitatea de a comunica eficient cu părțile interesate, inclusiv clienți, angajați, parteneri și mass-media.
- abilitatea de a identifica și de a respecta valorile, normele și sensibilitățile culturale ale diferitelor grupuri de consumatori.
- abilitatea de a comunica eficient și respectuos cu persoane din diferite medii culturale și ideologice.
- abilitatea de a colabora cu echipele de producție și de a asigura calitatea și conformitatea conținutului publicitar.
- capacitatea de a analiza datele și de a evalua eficacitatea campaniilor în funcție de obiectivele stabilite.
- abilitatea de a colecta și de a interpreta date cantitative și calitative din diverse surse, precum studii de piață, analize de concurență și feedback de la clienți.
- abilitatea de a utiliza instrumentele de analiză și software-ul pentru a efectua analize detaliate și pentru a genera rapoarte relevante.
- capacitatea de a explica modul în care funcționează sem, inclusiv termeni cheie, cum ar fi licațiile cu cuvinte cheie și poziționarea anunțurilor.
- abilitatea de a dezvolta strategii sem personalizate pentru a atrage audiența țintă și a crește traficul pe site-ul web.
- abilitatea de a comunica eficient și de a dezvolta relații durabile cu clienții și prospecții.
- abilitatea de a crea conținut atractiv, inclusiv postări, imagini, videoclipuri și alte materiale care să atragă atenția și să genereze participarea.
- abilitatea de a monitoriza și analiza activitatea și interacțiunile utilizatorilor pe platformele sociale.
- abilitatea de a răspunde prompt și profesionist la feedback-ul negativ și la situațiile de criză.
- capacitatea de a aplica corect și de a respecta normele etice și legale în toate aspectele activităților de marketing și de brand.
- abilitatea de a promova și de a crea o cultură a integrității și a eticii în organizație.
- capacitatea de a evalua situații etice dificile și de a lua decizii corecte și etice.
- capacitatea de a dezvolta strategii pentru a crea și a gestiona o experiență deosebită pentru suporteri.
- capacitatea de a soluționa problemele și de a gestiona situațiile critice într-un mod eficient și profesionist.
- capacitatea de a utiliza eficient platformele online și de a explora constant noile tehnologii și tendințe în domeniu.
- abilitatea de a dezvolta strategii eficiente pentru creșterea comunității și implicarea utilizatorilor.
- abilitatea de a comunica eficient cu utilizatorii, de a răspunde la întrebări și de a încuraja participarea activă.
- capacitatea de a monitoriza și evalua eficacitatea strategiilor de comunitate și de a adapta planurile în funcție de rezultate.
- capacitatea de a dezvolta un calendar detaliat care să includă toate procedurile și sarcinile relevante pentru campanie.
- abilitatea de a defini obiective smart (specifice, măsurabile, atingibile, relevante, temporare) și de a alege indicatori adecvați pentru a evalua succesul campaniei.
- capacitatea de a gestiona echipe și resurse în mod eficient pentru a atinge obiectivele stabilite.
- abilitatea de a urmări și evalua în mod regulat performanța campaniei și de a face ajustări în funcție de rezultatele obținute.
- capacitatea de a identifica și alege cauze relevante și de a dezvolta mesaje și campanii de promovare eficiente.

- capacitatea de a dezvolta și menține sisteme eficiente de evidență și documentație.
- capacitatea de a colecta și a stoca informații precise și complete legate de evenimente.
- capacitatea de a implementa măsuri de securitate pentru a proteja datele și documentele confidențiale.
- capacitatea de a dezvolta programe și de a coordona detaliile logistice pentru întâlniri și reuniuni.
- capacitatea de a comunica clar și de a negocia în vederea stabilirii programului și a detaliilor întâlnirilor sau reuniunilor.
- capacitatea de a organiza programul și de a face programări eficiente.
- capacitatea de a identifica situații etice și de a aplica principiile etice în deciziile și acțiunile profesionale.
- capacitatea de a redacta comunicate de presă, declarații, și de a răspunde la întrebările mass-media într-un mod clar și concis.
- capacitatea de a elabora strategii de comunicare eficiente în situații de criză și de a furniza informații corecte și actualizate.
- capacitatea de a identifica și de a iniția contacte cu profesioniști din diverse domenii.
- capacitatea de a menține și actualiza baza de date a contactelor profesionale.
- capacitatea de a verifica și valida informațiile înainte de a le include în comunicatele de presă.
- capacitatea de a coordona distribuția și publicarea comunicatelor de presă în mod eficient.
- capacitatea de a utiliza software-ul și instrumentele necesare pentru a crea documente, diapozitive sau afișe atractive și relevante.
- capacitatea de a ajusta conținutul, limbajul și tonul materialelor în funcție de caracteristicile publicului țintă.
- capacitatea de a evalua feedback-ul și de a face ajustări în materialele de prezentare în funcție de rezultate.
- capacitatea de a analiza mediile de comunicare în masă și de a identifica modul în care acestea influențează percepția publicului și mesajul comunicat.
- capacitatea de a dezvolta mesaje cheie și de a se pregăti pentru întrebările probabile în timpul interviului.
- capacitatea de a comunica într-un stil clar, concis și accesibil, fără a se lăsa influențat negativ de stresul mediatic.
- capacitatea de a analiza și evalua modul în care interviul a fost condus și cum a fost perceput de public.
- capacitatea de a utiliza eficient instrumentele digitale pentru a comunica și a gestiona corespondența electronică.
- capacitatea de a comunica eficient cu audiența în timpul prezentărilor publice, utilizând tehnici de vorbire, ton și limbaj adecvate.
- capacitatea de a răspunde în mod corespunzător la întrebările și comentariile publicului și de a menține un dialog constructiv.
- capacitatea de a servi ca model pentru alți membri ai organizației în ceea ce privește comportamentul etic și integritatea.
- capacitatea de a aborda și de a rezolva conflicte etice într-un mod adecvat și eficient.
- capacitatea de a evalua cultura organizațională a unei întreprinderi și de a identifica valori, norme și trăsături distinctive.
- capacitatea de a comunica într-un mod prietenos, clar și corespunzător cu clienții, atât în scris, cât și verbal.
- capacitatea de a efectua analize comparative pentru a identifica avantajele și dezavantajele concurenței și pentru a dezvolta strategii de poziționare pe piață.
- capacitatea de a efectua cercetări de piață pentru a evalua cerințele și dorințele consumatorilor.
- capacitatea de a dezvolta planuri de acțiune detaliate care să includă tactici specifice, resurse necesare și calendarul de implementare.
- capacitatea de a colecta, analiza și sintetiza informații din mediul extern și intern pentru identificarea oportunităților de îmbunătățire pe termen lung.
- capacitatea de a dezvolta planuri strategice pe termen lung care să includă obiective, strategii și tactici.
- capacitatea de a utiliza eficient tehnologiile digitale și platformele de comunicare digitală pentru a transmite informații și a interacționa cu diversele părți interesate.
- capacitatea de a colecta, stoca și utiliza datele personale în conformitate cu legile privind protecția datelor și de a asigura confidențialitatea acestor informații.
- capacitatea de a redacta și de a livra comunicate de presă bine structurate, de a susține interviuri cu jurnaliști și de a comunica într-un mod clar și convingător.
- capacitatea de a identifica, evalua și de a răspunde eficient în situații de criză de comunicare, de a coordona mesajele și de a gestiona relațiile cu mass-media.
- capacitatea de a culege informații relevante, de a le organiza logic și de a le utiliza în redactarea comunicatelor de presă.
- capacitatea de a planifica și implementa campanii de comunicare eficiente, de a crea mesaje bine structurate și de a utiliza tehnicile de relații publice pentru a atinge obiectivele stabilite.
- capacitatea de a analiza și segmenta publicul, de a evalua nevoile, așteptările și preocupările acestuia și de a dezvolta strategii de comunicare adaptate.
- capacitatea de a organiza și coordona evenimente, conferințe de presă, campanii online și offline, și de a gestiona bugetul alocat acestora.
- capacitatea de a aplica principiile etice în toate aspectele comunicării în relațiile publice și de a gestiona situațiile etice sensibile.
- capacitatea de a genera idei creative pentru campanii de pr, de a dezvolta concepte artistice și de a crea mesaje inovatoare și captivante.
- capacitatea de a gestiona proiecte creative, de a coordona echipele implicate și de a asigura respectarea termenelor și bugetelor.
- capacitatea de a comunica și de a prezenta idei creative în fața echipei, a clienților sau a publicului țintă.
- capacitatea de a colecta, analiza și interpreta date despre consumatori, preferințe și comportamente de achiziție.
- capacitatea de a planifica și de a dezvolta strategii de comunicare eficiente, care să sprijine obiectivele organizației.
- capacitatea de a dezvolta și de a gestiona prezența online a organizației, inclusiv gestionarea site-ului web și a conturilor de social media.
- capacitatea de a dezvolta și de a implementa strategii și canale de comunicare internă care să îmbunătățească angajamentul și productivitatea angajaților.
- capacitatea de a dezvolta și de a implementa strategii de comunicare externă care să consolideze relația cu stakeholderii, clienții și comunitatea.
- capacitatea de a evalua nevoile organizației și de a dezvolta strategii personalizate de comunicare și relații publice.
- capacitatea de a dezvolta și de a livra mesaje clare și eficiente, adaptate la nevoile și așteptările publicului țintă.
- capacitatea de a planifica, implementa și monitoriza proiecte de comunicare în conformitate cu obiectivele stabilite.
- capacitatea de a evalua și de a oferi consiliere cu privire la discursuri, prezența publică și comportamentul în fața publicului.
- capacitatea de a dezvolta mesaje persuasibile și convingătoare pentru a câștiga susținerea și încrederea publicului.
- capacitatea de a planifica, implementa și monitoriza proiecte de comunicare în conformitate cu obiectivele stabilite.
- capacitatea de a planifica, coordona și implementa evenimente media cu jurnaliști și alte părți interesate.
- capacitatea de a răspunde rapid și eficient în situații de criză și de a minimiza impactul negativ al acestora asupra imaginii organizației.
- capacitatea de a evalua și de a analiza acoperirea mediatică și impactul mesajelor difuzate de mass-media.

- capacitatea de a planifica și de a dezvolta o strategie de relații publice bine structurată, care să includă obiective clare și tactici corespunzătoare.
- abilitatea de a identifica, contacta și menține relații benefice cu partenerii, organizațiile și persoanele influente.
- capacitatea de a crea materiale vizuale și scrise de calitate, inclusiv documente, prezentări, diapozitive și afișe, care să fie atractive și eficiente în transmiterea mesajelor.
- capacitatea de a planifica și gestiona eficient resursele necesare pentru crearea materialelor, precum și de a respecta termenele limită.
- capacitatea de a verifica și evalua materialele create pentru a se asigura că sunt de calitate și că ating obiectivele stabilite.
- abilitatea de a acționa în mod etic și integru în toate interacțiunile cu clienții și alte părți interesate.
- capacitatea de a analiza și interpreta misiunea, viziunea și valorile organizației pentru a le integra în strategiile de comunicare și relații publice.
- abilități excelente de comunicare verbală și scrisă pentru a transmite mesajele organizaționale în mod eficient.
- capacitatea de a dezvolta și menține relații solide cu diverse părți interesate, inclusiv media, clienții, angajații și comunitatea locală.
- capacitatea de a colecta, analiza și interpreta date pentru a evalua eficacitatea strategiilor de comunicare.
- abilități excelente de comunicare verbală, empatie și ascultare activă pentru a facilita un interviu eficient.
- capacitatea de a menține o imagine pozitivă a organizației prin discurs și comportament adecvat în timpul interviului.
- capacitatea de a vorbi, scrie și înțelege limba străină în mod eficient și coerent.
- capacitatea de a adapta comunicarea în funcție de cultura și sensibilitățile lingvistice ale destinatarilor străini.
- capacitatea de a gestiona și actualiza conținutul digital, de a răspunde la comentarii și întrebări online și de a monitoriza reputația online a organizației.
- capacitatea de a planifica și structura prezentările într-un mod coerent și atractiv, pentru a transmite mesaje eficiente.
- capacitatea de a crea afișe, planuri, grafice și alte materiale de prezentare atractive și relevante.
- abilități excelente de comunicare interpersonală și de ascultare activă pentru a răspunde la întrebări și pentru a gestiona discuțiile cu audiența.
- capacitatea de a comunica în mod etic cu părțile interesate, incluzând transparența, corectitudinea și respectul pentru confidențialitate.
- capacitatea de a gestiona și proteja datele și informațiile confidențiale ale organizației și ale părților interesate.

c) Responsabilitate și autonomie

- colectarea și organizarea datelor despre piața-țintă și clienți pentru a sprijini luarea deciziilor strategice.
- evaluarea datelor culese pentru a identifica tendințe și oportunități de piață.
- prezentarea informațiilor și recomandărilor bazate pe date către echipele de conducere sau clienți.
- dezvoltarea și menținerea unei identități de brand coerente în toate materialele și canalele de comunicare.
- menținerea relațiilor și comunicarea cu toate părțile interesate pentru a promova brandul și a susține obiectivele de afaceri.
- crearea și gestionarea campaniilor de comunicare cu consumatorii pentru a fundamenta inovarea și strategiile pe înțelegerea și nevoile acestora.
- asigurarea că brandul se adaptează la schimbările culturale și ideologice pentru a rămâne relevant și autentic.
- asigurarea că brandul promovează valori de diversitate și incluziune și se angajează în comunitățile culturale și ideologice din care fac parte consumatorii.
- supravegherea producției de anunțuri publicitare, de la concept până la livrare.
- crearea și implementarea de campanii care utilizează diverse canale, cum ar fi email marketing, site-uri web, publicitate în presa scrisă, tv și altele.
- monitorizarea și raportarea rezultatelor campaniilor pentru a face ajustări și pentru a îmbunătăți strategiile viitoare.
- utilizarea instrumentelor și a tehnologiilor pentru a efectua analize complexe ale datelor de piață și ale performanței brandului.
- gestionarea și actualizarea cunoștințelor despre ultimele tendințe și schimbări în sem.
- monitorizarea în mod regulat a performanței campaniilor sem și ajustarea strategiilor în consecință.
- gestionarea și menținerea relațiilor cu clienții și prospecții pentru a genera loialitate și vânzări repetate.
- menținerea actualizată a cunoștințelor despre schimbările și tendințele în evoluție ale platformelor sociale.
- dezvoltarea și gestionarea conținutului pe platforme sociale pentru a susține obiectivele de marketing ale brandului.
- monitorizarea în mod regulat a performanței conținutului și a campaniilor sociale și adaptarea strategiilor în consecință.
- gestionarea în mod eficient a situațiilor dificile și a interacțiunilor cu clienții nemulțumiți.
- gestionarea în mod transparent și responsabil a situațiilor de criză, inclusiv adoptarea măsurilor corective necesare.
- menținerea constantă a cunoștințelor despre evoluțiile pieței și industriei pentru a lua decizii informate.
- asigurarea unei comunicări eficiente și consistente cu suporterii pentru a le transmite informații relevante și pentru a stimula implicarea acestora în eveniment.
- asigurarea că suporterii beneficiază de o experiență plăcută și memorabilă la eveniment și că interacțiunile lor sunt pozitive.
- asigurarea că suporterii sunt tratați cu respect și că orice problemă sau conflict este rezolvat într-un mod adecvat.
- menținerea cunoștințelor actualizate pentru a utiliza instrumentele potrivite pentru dezvoltarea comunității.
- asigurarea planificării și implementării strategiilor de comunitate în conformitate cu obiectivele organizației.
- păstrarea unei relații pozitive cu utilizatorii și menținerea unui nivel înalt de implicare în comunitate.
- asigurarea raportării regulate a performanței comunității și identificarea oportunităților de îmbunătățire.
- asigurarea că calendarul este respectat și că toate sarcinile și evenimentele sunt planificate și executate în timp util.
- asigurarea că obiectivele sunt clar definite și că indicatorii de performanță sunt monitorizați în timpul campaniei.
- asigurarea unei distribuții echitabile a sarcinilor și alocarea resurselor necesare pentru fiecare etapă a campaniei.
- asigurarea că campania este monitorizată constant și că se iau măsuri corective în cazul în care obiectivele nu sunt atinse.
- asigurarea că toate aspectele organizatorice sunt gestionate în mod corespunzător și că evenimentele sunt bine puse în aplicare.
- asigurarea că mesajele și comunicările sunt adaptate publicului țintă și că sunt transmise cu impact.
- asigurarea că toate donațiile online sunt gestionate în mod corespunzător și că informațiile despre donatori sunt protejate.
- asigurarea utilizării eficiente a resurselor financiare și materiale și menținerea unui control asupra costurilor.
- asigurarea că părțile interesate sunt informate cu privire la rezultatele campaniilor și că se obțin feedback și sugestii.
- asigurarea că toate aspectele organizatorice sunt gestionate corespunzător și că evenimentele se desfășoară fără probleme.
- asigurarea că cauzele sunt prezentate în mod corespunzător și că se obține susținerea publicului.
- asigurarea că toate documentele și evidențele sunt păstrate în mod organizat și sunt disponibile la cerere.
- asigurarea că toate informațiile necesare sunt înregistrate și păstrate în mod corespunzător.

- asigurarea că rapoartele și evidențele sunt transmise la timp și într-un format accesibil părților interesate.
- asigurarea confidențialității datelor și a informațiilor cu caracter sensibil.
- asigurarea că toate aspectele organizatorice, precum locația, programul și resursele necesare, sunt gestionate eficient.
- asigurarea că cerințele și așteptările clienților sau superiorilor sunt înțelese și respectate.
- asigurarea că programul și calendarul sunt actualizate și că nu există suprapuneri sau conflicte.
- asigurarea că întâlnirile și reuniunile sunt desfășurate în conformitate cu standardele profesionale.
- asigurarea că informațiile sunt comunicate corect și transparent, fără ascunderea adevărului sau manipulare.
- asigurarea confidențialității datelor și a informațiilor cu caracter sensibil.
- asigurarea că toți participanții sunt tratați corect și că nu există discriminare în cadrul evenimentelor.
- asigurarea că informațiile comunicate mass-media sunt corecte, precise și conforme cu strategia organizației.
- asigurarea că comunicările cu mass-media sunt bine structurate și că mesajele cheie sunt transmise corespunzător.
- asigurarea că relațiile cu mass-media sunt gestionate cu transparență și integritate.
- menținerea și actualizarea regulată a rețelei de contacte pentru a beneficia de avantaje reciproce.
- asigurarea că comunicarea cu contactele profesionale este clară, respectuoasă și beneficiază ambelor părți.
- asigurarea că relațiile profesionale se bazează pe principii de reciprocitate și beneficiu mutual.
- asigurarea că informațiile despre contactele profesionale sunt precise și actualizate.
- asigurarea că comunicatele de presă sunt redactate cu precizie și profesionalism.
- asigurarea că mesajul transmis este potrivit pentru publicul-țintă vizat.
- asigurarea că comunicatele de presă sunt transmise la timp și că fluxul de comunicare este bine gestionat.
- asigurarea că materialele de prezentare sunt bine documentate și structurate.
- asigurarea că materialele de prezentare sunt personalizate pentru a fi relevante și eficiente pentru publicul specific.
- asigurarea că resursele tehnice sunt utilizate în mod eficient și că materialele sunt pregătite la timp.
- asigurarea că materialele de prezentare îndeplinesc obiectivele stabilite și sunt de calitate.
- asigurarea că informațiile sunt adaptate pentru fiecare mediu în parte și că mesajul este potrivit pentru contextul respectiv.
- asigurarea că purtătorul de cuvânt este bine pregătit și că mesajul transmis este coerent și eficient.
- asigurarea că mesajul este transmis în mod corect și că răspunsurile sunt adaptate la întrebările și preocupările interviuatorului și ale publicului.
- asigurarea îmbunătățirii continue a abilităților de comunicare și adaptarea strategiilor pentru interviurile ulterioare.
- asigurarea că se utilizează canalele de comunicare potrivite pentru a transmite mesajul corespunzător.
- asigurarea că mesajele sunt transmise în mod corect și că comunicarea este eficientă în toate canalele utilizate.
- asigurarea securității și confidențialității informațiilor transmise în mediul digital.
- asigurarea că se îmbunătățește constant calitatea și eficacitatea comunicării în toate canalele.
- asigurarea că mesajul este transmis în mod corespunzător și că se ține cont de reacțiile publicului.
- asigurarea că materialele de suport sunt bine structurate, ușor de înțeles și susțin mesajul prezentării.
- asigurarea unei interacțiuni pozitive și eficiente cu cei prezenți în timpul prezentării.
- asigurarea îmbunătățirii continue a abilităților de vorbire în public și a prezentărilor.
- contribuirea la dezvoltarea și promovarea unei culturi organizaționale care susține obiectivele de marketing ale întreprinderii.
- monitorizarea în mod regulat a feedback-ului clienților și a evoluției preferințelor lor.
- asigurarea că clienții primesc informații corecte și soluții eficiente pentru cerințele lor.
- monitorizarea nivelului de satisfacție și fidelitate a clienților și implementarea măsurilor pentru a menține sau crește aceste aspecte.
- evaluarea constantă a poziției pe piață a întreprinderii și a capacității acesteia de a se diferenția de concurență.
- identificarea și evaluarea oportunităților de piață pentru produsele sau serviciile oferite de companie.
- planificarea și documentarea planurilor strategice pentru îmbunătățiri pe termen lung.
- asigurarea implementării etapelor planificate și monitorizarea progresului.
- monitorizarea performanței și ajustarea planurilor în funcție de rezultatele obținute.
- utilizarea corectă și responsabilă a comunicării verbale și scrise pentru a facilita schimbul de informații cu colegii, clienții și alte părți interesate.
- utilizarea în mod etic și responsabil a comunicării digitale și a protecției datelor sensibile.
- asigurarea confidențialității și securității informațiilor schimbate și respectarea normelor și reglementărilor relevante.
- respectarea și promovarea cu fermitate a normelor etice și reglementărilor în cadrul organizației, în relația cu clienții și cu alte părți interesate.
- raportarea oricăror încălcări etice sau nereguli conform procedurilor și politicilor organizației.
- monitorizarea constantă a evenimentelor și a știrilor din mediul media pentru a răspunde rapid și eficient la solicitările acestora.
- asigurarea că toate comunicările cu mass-media sunt etice și corecte, și că organizația respectă principiile de transparență și onestitate.
- asigurarea că mesajul comunicat este corect, echilibrat și corespunde obiectivelor organizației și intereselor publicului.
- asigurarea că informațiile utilizate în comunicatele de presă sunt precise, actualizate și verificate.
- asigurarea că mesajele și campaniile de pr reflectă obiectivele și valorile organizației și sunt transmise în mod corespunzător publicului-țintă.
- asigurarea că campaniile de pr iau în considerare toate părțile interesate relevante și se adresează nevoilor acestora.
- asigurarea că campaniile și evenimentele de pr sunt implementate în mod eficient, respectând termenele și bugetul stabilit.
- asigurarea că toate acțiunile și mesajele de pr respectă standardele etice și nu aduc prejudicii reputației organizației.
- contribuția la dezvoltarea și implementarea unor concepte creative care sprijină obiectivele strategice ale organizației sau ale clienților.
- asigurarea că creativitatea aduce valoare și contribuie la atingerea obiectivelor de pr.
- asigurarea că ideile creative sunt prezentate în mod clar și convingător, astfel încât să obțină sprijin și aprobare.
- monitorizarea constantă a concurenților și a pieței, furnizând informații utile pentru adaptarea tacticilor de pr.
- dezvoltarea și implementarea de strategii de comunicare care să asigure coerența mesajelor transmise atât intern, cât și extern.
- asigurarea că prezența online reflectă imaginea și valorile organizației și că este gestionată în mod eficient.
- asigurarea că comunicarea internă este transparentă, eficientă și că susține obiectivele organizației.
- asigurarea că mesajele externe sunt coerente, autentice și susțin imaginea organizației.
- realizarea de cercetări de piață și de audituri pentru a înțelege nevoile și așteptările publicului țintă.
- realizarea de cercetări de opinie și monitorizarea mass-media pentru a evalua eficacitatea comunicării publice.
- asigurarea coerenței și autenticității mesajelor și a transmiterii acestora în mod eficient.

- organizarea și gestionarea eficientă a conferințelor de presă și a interviurilor pentru a asigura o comunicare eficientă și transparentă.
- evaluarea eficacității strategiilor de comunicare cu mass-media și raportarea rezultatelor organizației.
- definirea obiectivelor strategiei, identificarea publicului-țintă și elaborarea unui plan de acțiune detaliat.
- elaborarea conținutului vizual și scris în conformitate cu obiectivele și mesajele strategiei de relații publice.
- asigurarea că materialele create sunt potrivite pentru publicul țintă și că răspund cerințelor acestuia.
- asigurarea că materialele sunt livrate la timp și în limitele bugetului stabilit.
- asigurarea că materialele sunt conforme cu standardele de calitate și că îndeplinesc scopul lor în strategia de relații publice.
- asumarea responsabilității de a proteja interesele clientului în toate interacțiunile și comunicările cu părțile interesate.
- furnizarea de sfaturi și recomandări profesionale și imparțiale clientului.
- respectarea standardelor etice și integrității profesionale și asigurarea că clientul este informat și respectat în toate deciziile și acțiunile întreprinse.
- dezvoltarea de materiale de comunicare, inclusiv comunicate de presă, discursuri și conținut online, care reflectă fundamentul strategic al organizației.
- gestionarea și promovarea relațiilor organizaționale cu părțile interesate pentru a sprijini obiectivele strategice.
- actualizarea și adaptarea cunoștințelor privind noile tendințe și tehnologii în domeniul comunicării în masă.
- pregătirea și livrarea unui interviu informativ și coerent care să transmită mesajele dorite și să promoveze obiectivele organizației.
- asigurarea că mesajele transmise în timpul interviului sunt aliniate cu imaginea și valorile organizaționale.
- evaluarea rezultatelor interviului și identificarea oportunităților de îmbunătățire a strategiilor de comunicare și pregătire pentru interviuri viitoare.
- utilizarea competență a limbii străine pentru a comunica cu părțile interesate din alte țări sau comunități lingvistice.
- asigurarea că mesajele și comunicarea organizațională sunt potrivite și respectă normele și valorile culturale ale țărilor sau comunităților lingvistice în care se comunică.
- asigurarea că documentele și materialele traduse sunt precise și păstrează integritatea mesajului inițial.
- contribuirea la dezvoltarea și menținerea relațiilor organizației cu entități străine prin intermediul comunicării în limbi străine.
- asigurarea că mesajele sunt livrate în mod corespunzător și eficient prin intermediul canalelor adecvate.
- comunicarea cu părțile interesate pentru a promova obiectivele organizației și pentru a gestiona situații de criză sau întrebări dificile.
- dezvoltarea și implementarea strategiilor de comunicare digitală pentru a atinge obiectivele de relații publice.
- dezvoltarea de prezentări publice care să reflecte obiectivele organizației și să susțină mesajele cheie.
- asigurarea că materialele de suport sprijină și completează discursul și mesajele prezentării.
- asigurarea că audiența este implicată și înțelege mesajele prezentate și că întrebările și nelămuririle sunt abordate în mod corespunzător.
- asigurarea că datele și informațiile confidențiale sunt tratate cu cea mai mare grijă și că accesul la acestea este restricționat la persoanele autorizate.
- raportarea problemelor etice superioarelor sau autorităților competente și contribuirea la soluționarea acestora.
- capacitatea de a propune și implementa schimbări în strategia de piață în funcție de tendințele și cerințele actuale ale pieței.
- capacitatea de a gestiona și a îmbunătăți relațiile cu partenerii de afaceri fără supervizare constantă.
- capacitatea de a iniția și coordona proiecte de cercetare de piață independent.
- capacitatea de a face recomandări strategice pe baza analizei datelor.
- capacitatea de a decide cum să prezinte și să comunice datele pentru a susține obiectivele strategice.
- capacitatea de a lua decizii legate de conținutul publicitar și de a asigura că acesta se potrivește cu obiectivele de brand.
- capacitatea de a decide ce canale să fie folosite în funcție de obiectivele campaniei și publicul țintă.
- capacitatea de a lua decizii autonome privind informațiile și datele de inclus în rapoarte și prezentări.
- capacitatea de a alege sursele de date și metodele de analiză în funcție de obiectivele specifice ale brandului.
- capacitatea de a lua decizii autonome bazate pe analiza swot și identificarea factorilor critici pentru succes.
- capacitatea de a alege și de a implementa instrumentele de analiză potrivite pentru obiectivele specifice de evaluare a brandului.
- capacitatea de a lua decizii autonome privind cum să se comunice și să se prezinte rezultatele analizelor către echipa de conducere și alte părți interesate.
- capacitatea de a lua decizii autonome privind măsurile ulterioare și raportarea rezultatelor evenimentului.
- capacitatea de a lua decizii autonome în privința comunicării și strategiilor pentru a atrage și a menține suporterii.
- capacitatea de a lua decizii autonome privind modul de comunicare cu suporterii și stabilirea priorităților în acest sens.
- capacitatea de a lua decizii autonome pentru a îmbunătăți și personaliza experiența suporterilor la eveniment.
- capacitatea de a lua decizii autonome în situații de conflict și de a rezolva problemele într-un mod eficient și profesional.
- capacitatea de a lua decizii autonome privind selecția și utilizarea platformelor și tehnologiilor online.
- capacitatea de a lua decizii autonome privind modul de interacțiune cu utilizatorii și gestionarea angajamentului lor.
- capacitatea de a lua decizii autonome privind măsurile de corectare și îmbunătățire a performanței comunității.
- capacitatea de a lua decizii autonome privind structura și gestionarea calendarului campaniei.
- capacitatea de a lua decizii autonome în ceea ce privește stabilirea obiectivelor și indicatorilor de performanță.
- capacitatea de a lua decizii autonome privind gestionarea echipelor și a resurselor în timpul campaniei.
- capacitatea de a lua decizii autonome privind ajustările necesare pentru a îmbunătăți performanța campaniei.
- capacitatea de a lua decizii autonome privind gestionarea personalului și voluntarilor.
- capacitatea de a lua decizii autonome privind selecția și promovarea cauzelor.
- capacitatea de a lua decizii autonome privind structura și gestionarea sistemelor de evidență.
- capacitatea de a lua decizii autonome privind tipurile de informații care trebuie colectate și modul de stocare a acestora.
- capacitatea de a lua decizii autonome privind modalitățile de comunicare a evidențelor și de raportare a acestora.
- capacitatea de a lua decizii autonome privind programarea și organizarea evenimentelor.
- capacitatea de a lua decizii autonome privind modalitățile de comunicare și negociere.
- capacitatea de a lua decizii autonome privind programarea și gestionarea calendarului.
- capacitatea de a lua decizii autonome privind comportamentul și eticheta în cadrul întâlnirilor și reuniunilor.
- capacitatea de a lua decizii autonome pentru a asigura un mediu echitabil și non-discriminatoriu.
- capacitatea de a lua decizii autonome privind modul de comunicare cu mass-media în situații diverse.
- capacitatea de a lua decizii autonome privind limbajul și tonul comunicărilor cu mass-media.
- capacitatea de a lua decizii autonome în timp real în timpul situațiilor de criză.
- capacitatea de a lua decizii autonome privind dezvoltarea și gestionarea rețelei profesionale.

- capacitatea de a lua decizii autonome privind modul de comunicare și interacțiune cu contactele profesionale.
- capacitatea de a lua decizii autonome în stabilirea relațiilor și colaborărilor profesionale.
- capacitatea de a lua decizii autonome privind administrarea și actualizarea bazei de date a contactelor.
- capacitatea de a lua decizii autonome privind adaptarea mesajului la publicul-țintă.
- capacitatea de a lua decizii autonome privind veridicitatea informațiilor incluse în comunicatele de presă.
- capacitatea de a lua decizii autonome privind alegerea formatului și stilului materialelor de prezentare.
- capacitatea de a lua decizii autonome privind adaptarea materialelor de prezentare la publicul țintă.
- capacitatea de a lua decizii autonome privind alegerea și utilizarea resurselor tehnice potrivite.
- capacitatea de a lua decizii autonome privind îmbunătățirea și revizuirea materialelor de prezentare.
- capacitatea de a lua decizii autonome privind îmbunătățirea proceselor de comunicare la diversele medii de comunicare.
- capacitatea de a lua decizii autonome privind tonul, limbajul și stilul de comunicare în timpul interviului.
- capacitatea de a lua decizii autonome privind alegerea canalului de comunicare adecvat.
- capacitatea de a lua decizii autonome privind modul de comunicare în diferitele canale.
- capacitatea de a lua decizii autonome privind gestionarea și folosirea canalelor digitale.
- capacitatea de a lua decizii autonome privind îmbunătățirea proceselor de comunicare în diverse canale.
- capacitatea de a lua decizii autonome privind modul de comunicare în public.
- capacitatea de a lua decizii autonome privind conținutul și formatul materialelor de suport.
- capacitatea de a lua decizii autonome în timpul interacțiunii cu publicul.
- capacitatea de a lua decizii autonome care respectă standardele etice.
- capacitatea de a lua inițiative pentru a îmbunătăți etica și integritatea profesională în organizație.
- capacitatea de a dezvolta strategii personalizate pentru a satisface nevoile clienților.
- capacitatea de a lua decizii autonome în ceea ce privește comunicarea cu clienții și soluționarea problemelor lor.
- capacitatea de a lua decizii autonome pentru a oferi soluții și asistență personalizată clienților.
- capacitatea de a iniția și de a gestiona inițiative pentru construirea fidelității clienților.
- capacitatea de a lua decizii autonome în ceea ce privește ajustările strategiilor pe baza datelor de performanță.
- capacitatea de a lua decizii autonome cu privire la modalitatea și momentul comunicării verbale și scrise în funcție de situație.
- capacitatea de a gestiona și monitoriza comunicarea digitală în mod independent.
- capacitatea de a opera independent în gestionarea și navigarea în mediul mass-media.
- capacitatea de a lua decizii autonome cu privire la comportamentul și practicile profesionale în comunicarea cu mass-media.
- capacitatea de a alege și aplica tehnicile și stilurile de comunicare în scris potrivite pentru diferite contexte și audiențe.
- capacitatea de a decide cum să adapteze mesajul pentru a corespunde nevoilor și preferințelor diferitelor segmente ale publicului.
- capacitatea de a alege și aplica tehnicile și strategiile de comunicare în relațiile publice potrivite pentru diferite situații și scopuri.
- capacitatea de a lua decizii în ceea ce privește identificarea și evaluarea publicului-țintă și a părților interesate pentru a dezvolta campanii eficiente.
- capacitatea de a lua decizii în ceea ce privește strategia și tacticile de pr pentru a atinge obiectivele stabilite.
- capacitatea de a lua decizii etice și de a-și asuma responsabilitatea pentru acțiunile și comunicarea în relațiile publice.
- capacitatea de a iniția și de a promova idei creative în cadrul campaniilor de pr.
- capacitatea de a lua decizii legate de gestionarea proiectelor creative și de a identifica soluții în cazul provocărilor.
- capacitatea de a lua decizii în ceea ce privește ajustarea strategiilor creative în funcție de evaluarea rezultatelor.
- capacitatea de a decide când și cum să comunice și să prezinte idei creative.
- capacitatea de a organiza și gestiona cercetările de piață în mod independent și de a genera recomandări bazate pe rezultatele obținute.
- capacitatea de a alege și de a implementa tehnologii adecvate în funcție de cerințele cercetării și analizei.
- capacitatea de a lua decizii rapide și eficiente pentru a aborda situații online, cum ar fi gestionarea crizelor de reputație sau promovarea evenimentelor și campaniilor online.
- capacitatea de a lua decizii și de a gestiona inițiative de comunicare internă fără supraveghere constantă.
- abilitatea de a lua decizii consultative și de a coordona proiecte de comunicare în mod independent.
- capacitatea de a iniția și coordona procese de analiză și evaluare.
- capacitatea de a dezvolta și de a coordona strategii de comunicare, inclusiv producerea materialelor și planificarea evenimentelor.
- capacitatea de a coordona proiectele de comunicare în mod independent, asigurându-se că acestea sunt livrate la timp și în conformitate cu obiectivele stabilite.
- capacitatea de a iniția și de a coordona procesele de evaluare a impactului mediatic în mod independent.
- capacitatea de a gestiona comunicarea și de a răspunde rapid la situații neașteptate.
- capacitatea de a dezvolta și gestiona relațiile cu partenerii în mod independent.
- capacitatea de a lua decizii bazate pe date pentru a îmbunătăți strategia și a atinge obiectivele stabilite.
- capacitatea de a lua decizii independente în privința conceptelor, designului și conținutului materialelor.
- capacitatea de a face alegeri creative în privința adaptării materialelor pentru diferite audiențe.
- capacitatea de a gestiona procesul de creare și producție a materialelor, luând decizii în ceea ce privește prioritățile și resursele alocate.
- capacitatea de a lua măsuri pentru a îmbunătăți materialele în funcție de feedback și evaluare.
- dezvoltarea și implementarea unor strategii personalizate pentru a satisface nevoile și interesele clientului.
- capacitatea de a lua inițiative pentru consolidarea relațiilor și pentru a rezolva potențialele conflicte cu părțile interesate.
- capacitatea de a lua decizii informate bazate pe datele colectate și de a adapta strategiile de comunicare în funcție de evoluția situației.
- capacitatea de a planifica și a conduce un interviu în mod independent, asigurându-se că sunt acoperite subiectele cheie și că se obține informația necesară.
- capacitatea de a utiliza limba străină în diverse contexte de comunicare, inclusiv în interacțiuni cu mass-media internațională sau parteneri de afaceri străini, fără nevoia de asistență constantă.
- capacitatea de a decide independent ce canal de comunicare este cel mai potrivit pentru fiecare situație.
- capacitatea de a comunica cu încredere și eficiență, adaptându-se la nevoile și așteptările diferitelor audiențe.
- capacitatea de a lua decizii rapide și informate în gestionarea comunicării digitale și de a adapta strategiile în funcție de feedback și analiza datelor.
- capacitatea de a dezvolta și de a gestiona materialele de prezentare în funcție de cerințele specifice ale fiecărei prezentări.
- capacitatea de a iniția și de a pune în aplicare strategii de îmbunătățire a abilităților de comunicare publică în funcție de propriile nevoi și obiective.

- capacitatea de a identifica și a evita situațiile care ar putea compromite integritatea sau etica profesională în comunicare.
- capacitatea de a lua decizii pentru protejarea datelor și a confidențialității în conformitate cu regulamentele și legile aplicabile.
- capacitatea de a lua decizii cu privire la raportarea și gestionarea aspectelor etice în conformitate cu procedurile stabilite și normele de conduită profesională.

Learning outcomes

a) Knowledge

- understanding the basic principles of creativity and innovation in branding.
- knowledge of current industry trends and consumer behavior.
- understanding the process of developing brand identity and communication strategy.
- understanding negotiation principles and techniques, as well as relevant contractual legislation.
- understanding the principles of effective communication and the importance of collaboration in a business relationship.
- understanding market research techniques and methodologies, as well as the sources and types of relevant data.
- understanding statistical analysis and software tools for data processing.
- understanding presentation technologies and techniques for effective communication.
- understanding the importance of identifying and tracking market trends.
- understanding the process of brand identity development, including its values, mission, and vision.
- understanding the concept of market positioning and the needs and preferences of target customers.
- understanding the competitive environment and competitor strategies.
- understanding the needs and behavior of consumers, as well as market segmentation techniques.
- understanding the importance of intercultural communication and communication theories in a multicultural context.
- understanding marketing concepts and various available promotion channels.
- understanding the production process of advertising content for various media, such as television, print, online, etc.
- understanding metrics and analysis tools for evaluating marketing campaign performance.
- understanding available data sources, data collection methods, and technologies used for analysis.
- understanding the SWOT analysis concept (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) and key success factors in the industry.
- understanding data analysis tools and specific software for quantitative and qualitative analysis.
- understanding the concepts and fundamental principles of search engines and online advertising.
- understanding types of SEM (Search Engine Marketing) campaigns, such as keyword-based advertising and display advertising.
- in-depth understanding of SEM performance metrics, such as CTR (Click-Through Rate) and ROI (Return on Investment).
- comprehensive understanding of popular social communication platforms, such as Facebook and Twitter, including their features, functionalities, and algorithms.
- understanding the needs and preferences of the target audience and the types of content that work on social communication platforms.
- understanding engagement metrics on social platforms, such as likes, comments, and shares.
- understanding the importance of corporate integrity and social responsibility.
- understanding the process of planning and implementing community strategies to attract and engage online users.
- understanding the metrics and analyses needed to evaluate online community performance.
- understanding the importance of planning and scheduling events for a successful political or promotional campaign.
- understanding the process of setting final goals and relevant performance indicators for the political or promotional campaign.
- understanding the methods and tools needed to monitor and evaluate campaign progress.
- understanding the importance of data security and protection of sensitive information.
- understanding the importance of ethical communication in events and professional interactions.
- understanding the importance of protecting data and confidential information during events.
- understanding the importance of fair and non-discriminatory treatment of all event participants.
- understanding the process of media communication, including the role of the media and spokesperson in this process.
- understanding the importance of developing and managing a professional network.
- understanding effective communication techniques in a professional context.
- understanding the need to keep a record of professional contacts.
- understanding the process of writing press releases, including their structure, content, and objectives.
- understanding the importance of adapting the message to the specific target audience.
- understanding the importance of providing accurate and correct information in press releases.
- understanding techniques and methodologies for preparing presentation materials.
- understanding how to manage the technical resources necessary for preparing presentation materials.
- understanding the importance of continuous evaluation and improvement of presentation materials.
- understanding different mass communication channels, such as radio, television, internet, newspapers, magazines, and their specific characteristics.
- understanding the preparation process for media interviews, including identifying interview objectives and the target audience.
- understanding effective communication techniques in front of the camera or microphone.
- understanding the importance of performance evaluation after media interviews.
- understanding the technologies and tools necessary for digital communication, including email management, text messaging, chat platforms, and social networks.
- understanding the importance of evaluating and monitoring communication performance across various channels.
- understanding the importance of support materials for presentations, such as posters, plans, graphics, and other information.
- understanding the importance of evaluating performance in public speaking and presentations.
- understanding the principles and ethical rules governing the spokesperson profession, including standards of confidentiality and proper conduct in public communication.
- understanding the importance of personal example in promoting professional ethics and integrity.
- understanding the need to promote an ethical culture within an organization and how to implement it.
- in-depth understanding of internal factors influencing a business, including organizational culture, mission and vision, product/service portfolio, pricing strategies, and available resources.
- understanding the concept of organizational culture and how it can influence marketing decisions.
- in-depth understanding of customer segments, including their preferences, needs, and buying behavior.
- detailed knowledge of the products and services offered by the enterprise.

- understanding the importance of customer loyalty and associated strategies.
- understanding the resources, competencies, and strengths of the firm.
- understanding the importance and necessity of efficient information exchange in the marketing and business environment.
- understanding and knowing the rules, codes of ethics, and regulations governing marketing practices, including advertising, data privacy, and fair competition.
- understanding the principles of personal data privacy and legal requirements for data protection.
- knowledge of media communication techniques, including language and specific formats for press releases and interviews.
- understanding the crisis communication management process and methods for handling critical situations.
- knowledge and understanding of ethical principles in media communication and adherence to professional standards.
- understanding and applying fundamental principles of written communication, such as structure, tone, style, and appropriate writing techniques.
- understanding the target audience, its preferences, and how to adapt the message to be relevant and effective.
- knowledge of ethical principles and professional standards in communication, including transparency and accuracy of information.
- understanding techniques and strategies for communication in public relations, including message development, identifying the target audience, and selecting appropriate communication channels.
- understanding the process of identifying and evaluating the target audience and stakeholders in public relations campaigns.
- understanding the planning, implementation, and evaluation process of public relations campaigns and events.
- knowledge of ethical principles and professional standards in public relations, including transparency, confidentiality, and respecting stakeholders' rights.
- understanding the importance of creativity in communication and public relations.
- understanding the planning and implementation process of creative projects in public relations.
- understanding market research principles and methods for analyzing consumer behavior.
- understanding concepts of competition analysis and market positioning.
- understanding communication concepts and theories, as well as methods for developing communication strategies.
- solid knowledge of the online environment, including trends in social media, search engines, and online communication platforms.
- understanding the importance of internal communication for employees and the organization's success.
- knowledge about the target audience, media, and external communication channels.
- extensive knowledge of public relations theories and practices, as well as current trends in the field.
- knowledge of research and evaluation tools and methods, including monitoring social media and mass media.
- solid knowledge of persuasive language and communication techniques.
- knowledge of methods for assessing media impact and measuring media communication results.
- knowledge of the principles of effective communication in public relations.
- knowledge of how to build and manage relationships with partners and stakeholders.
- knowledge of methods for assessing and measuring the effectiveness of public relations strategies.
- advanced knowledge of graphic design principles and effective written communication.
- understanding the target audience and their needs for adapting created materials.
- knowledge of resource management, including time and budget, for the creation and production of materials.
- familiarity with quality standards and metrics for evaluating the effectiveness of created materials.
- knowledge of client rights and needs in the context of public relations.
- understanding the client's industry and the market in which they operate.
- knowledge of the risk and opportunity assessment process in public relations projects.
- familiarity with ethical standards and codes of conduct relevant to public relations practice.
- understanding the concepts of mission, vision, and values in an organizational context.
- understanding the concepts of stakeholders and public relations within the organization.
- knowledge of evaluation and monitoring tools for the impact of organizational communication.
- knowledge of interview techniques, structure, and protocol in different communication environments.
- understanding the importance of managing organizational image and reputation during interviews and in the mass communication environment.
- knowledge of methods for evaluating the impact of interviews on the target audience and organizational image.
- profound knowledge of one or more foreign languages, including vocabulary, grammar, and specific linguistic structures.
- understanding the cultural and linguistic nuances specific to each foreign language in the context of international communication.
- knowledge of translation and interpretation techniques in one or more foreign languages.
- understanding the importance of foreign languages in the development of international relations and expanding the network of contacts.
- understanding the basic principles of effective communication, including active listening and empathy.
- knowledge of the digital environment, including social media platforms, websites, and online communication tools.
- knowledge of methods for evaluating the effectiveness of communication and customer or stakeholder satisfaction.
- understanding the basic principles of public communication, including presentation structure, public speaking techniques, and audience attention-capturing strategies.
- knowledge of design techniques and graphic and presentation tools for creating visual materials.
- understanding techniques for managing audience interaction during presentations.
- knowledge of methods for evaluating performance in public communication, such as audience feedback and self-assessment.
- understanding ethical principles and codes of conduct specific to the field of public relations.
- understanding the importance of data confidentiality and the responsibility to protect sensitive information.

b) Skills

- ability to manage branding projects from concept to implementation.
- excellent verbal and written communication skills, as well as negotiation skills.
- ability to plan and conduct market research, including data collection and analysis.
- ability to interpret data and generate relevant reports and conclusions.
- ability to communicate complex data and conclusions clearly and persuasively.
- ability to define and effectively communicate key elements of brand identity, such as the logo, slogan, and brand messages.

- ability to communicate effectively with stakeholders, including clients, employees, partners, and the media.
- ability to identify and respect the values, norms, and cultural sensitivities of different consumer groups.
- ability to communicate effectively and respectfully with individuals from different cultural and ideological backgrounds.
- ability to collaborate with production teams and ensure the quality and compliance of advertising content.
- capacity to analyze data and evaluate campaign effectiveness based on established objectives.
- ability to collect and interpret quantitative and qualitative data from various sources, such as market studies, competitive analyses, and customer feedback.
- ability to use analysis tools and software to perform detailed analyses and generate relevant reports.
- capacity to explain how SEM works, including key terms such as keyword bidding and ad positioning.
- ability to develop personalized SEM strategies to attract the target audience and increase website traffic.
- ability to communicate effectively and develop lasting relationships with clients and prospects.
- ability to create engaging content, including posts, images, videos, and other materials that capture attention and generate participation.
- ability to monitor and analyze user activity and interactions on social platforms.
- ability to respond promptly and professionally to negative feedback and crisis situations.
- capacity to correctly apply and adhere to ethical and legal standards in all marketing and branding activities.
- ability to promote and create a culture of integrity and ethics within an organization.
- capacity to assess difficult ethical situations and make correct and ethical decisions.
- capacity to develop strategies to create and manage an exceptional experience for supporters.
- capacity to solve problems and manage critical situations efficiently and professionally.
- ability to efficiently use online platforms and consistently explore new technologies and trends in the field.
- ability to develop effective strategies for community growth and user engagement.
- ability to communicate effectively with users, answer questions, and encourage active participation.
- capacity to monitor and evaluate the effectiveness of community strategies and adapt plans based on results.
- ability to develop a detailed calendar that includes all relevant procedures and tasks for a campaign.
- ability to define SMART objectives (Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time-bound) and select appropriate indicators to evaluate the success of the campaign.
- the ability to efficiently manage teams and resources to achieve established objectives.
- the ability to regularly monitor and evaluate campaign performance and make adjustments based on the obtained results.
- the capacity to identify and select relevant causes and develop effective promotional messages and campaigns.
- the ability to develop and maintain efficient systems of record-keeping and documentation.
- the capability to collect and store precise and complete information related to events.
- the capacity to implement security measures to protect confidential data and documents.
- the ability to develop programs and coordinate logistical details for meetings and reunions.
- the ability to communicate clearly and negotiate for the establishment of schedules and details of meetings or reunions.
- the capacity to organize schedules and make efficient appointments.
- the ability to identify ethical situations and apply ethical principles in professional decisions and actions.
- the ability to draft press releases, statements, and respond to media questions in a clear and concise manner.
- the ability to develop effective communication strategies in crisis situations and provide accurate and updated information.
- the capacity to identify and initiate contacts with professionals from various fields.
- the ability to maintain and update the database of professional contacts.
- the capacity to verify and validate information before including it in press releases.
- the ability to coordinate the distribution and publication of press releases efficiently.
- the ability to use the necessary software and tools to create attractive and relevant documents, slides, or posters.
- the capacity to adjust the content, language, and tone of materials based on the characteristics of the target audience.
- the ability to evaluate feedback and make adjustments in presentation materials based on results.
- the ability to analyze mass media and identify how they influence public perception and the communicated message.
- the capacity to develop key messages and prepare for probable questions during interviews.
- the ability to communicate in a clear, concise, and accessible style, without being negatively influenced by media stress.
- the capacity to analyze and evaluate how the interview was conducted and how it was perceived by the public.
- the ability to use digital tools efficiently for communication and managing electronic correspondence.
- the capacity to communicate effectively with the audience during public presentations, using appropriate speech techniques, tone, and language.
- the ability to respond appropriately to audience questions and comments and maintain a constructive dialogue.
- the capacity to serve as a model for other members of the organization regarding ethical behavior and integrity.
- the ability to address and resolve ethical conflicts in an appropriate and efficient manner.
- the capacity to evaluate the organizational culture of a business and identify values, norms, and distinctive traits.
- the ability to communicate in a friendly, clear, and appropriate manner with clients, both in writing and verbally.
- the ability to conduct comparative analyses to identify the advantages and disadvantages of competitors and develop market positioning strategies.
- the ability to conduct market research to assess consumer requirements and desires.
- the capacity to develop detailed action plans including specific tactics, required resources, and implementation schedules.
- the ability to collect, analyze, and synthesize information from external and internal environments to identify long-term improvement opportunities.
- the capacity to develop long-term strategic plans including objectives, strategies, and tactics.
- the ability to use digital technologies and digital communication platforms efficiently to convey information and interact with various stakeholders.
- the capacity to collect, store, and use personal data in accordance with data protection laws and ensure the confidentiality of this information.
- the ability to draft and deliver well-structured press releases, conduct interviews with journalists, and communicate clearly and persuasively.
- the capacity to identify, evaluate, and respond effectively in communication crisis situations, coordinate messages, and manage relationships with the media.
- the ability to collect relevant information, logically organize it, and use it in drafting press releases.

- the ability to plan and implement effective communication campaigns, create well-structured messages, and use public relations techniques to achieve established objectives.
- the capacity to analyze and segment the audience, assess their needs, expectations, and concerns, and develop tailored communication strategies.
- the ability to organize and coordinate events, press conferences, online and offline campaigns, and manage the allocated budget.
- the capacity to apply ethical principles in all aspects of public relations communication and manage sensitive ethical situations.
- the ability to generate creative ideas for PR campaigns, develop artistic concepts, and create innovative and captivating messages.
- the capacity to manage creative projects, coordinate involved teams, and ensure adherence to deadlines and budgets.
- the ability to communicate and present creative ideas to teams, clients, or the target audience.
- the capacity to collect, analyze, and interpret consumer data, preferences, and purchasing behaviors.
- the ability to plan and develop effective communication strategies that support organizational objectives.
- the capacity to develop and manage the online presence of the organization, including website management and social media accounts.
- the ability to develop and implement internal communication strategies that enhance employee engagement and productivity.
- the capacity to develop and implement external communication strategies that strengthen relationships with stakeholders, clients, and the community.
- the ability to evaluate the organization's needs and develop customized communication and public relations strategies.
- the capacity to develop and deliver clear and effective messages, adapted to the needs and expectations of the target audience.
- the ability to plan, implement, and monitor communication projects in line with established objectives.
- the capacity to evaluate and provide advice on speeches, public presence, and behavior in front of the audience.
- the ability to develop persuasive and compelling messages to gain support and trust from the public.
- the capacity to plan, implement, and monitor communication projects in line with established objectives.
- the capacity to plan, coordinate, and implement media events with journalists and other stakeholders.
- the ability to respond quickly and efficiently in crisis situations and minimize their negative impact on the organization's image.
- the capacity to evaluate and analyze media coverage and the impact of messages broadcast by the media.
- the ability to plan and develop a well-structured public relations strategy, including clear objectives and appropriate tactics.
- excellent networking skills to identify, contact, and maintain beneficial relationships with partners, organizations, and influential individuals.
- the capacity to create quality visual and written materials, including documents, presentations, slides, and posters, that are attractive and effective in conveying messages.
- the ability to plan and efficiently manage resources required for creating materials, as well as adhere to deadlines.
- the capacity to review and evaluate created materials to ensure quality and achievement of established objectives.
- ethical and integral action in all interactions with clients and other stakeholders.
- the ability to analyze and interpret the organization's mission, vision, and values to integrate them into communication and public relations strategies.
- excellent verbal and written communication skills to effectively convey organizational messages.
- the ability to develop and maintain strong relationships with various stakeholders, including media, clients, employees, and the local community.
- the capacity to collect, analyze, and interpret data to assess the effectiveness of communication strategies.
- excellent verbal communication skills, empathy, and active listening to facilitate efficient interviews.
- the ability to maintain a positive image of the organization through appropriate speech and behavior during interviews.
- the ability to speak, write, and understand a foreign language efficiently and coherently.
- the capacity to adapt communication based on the cultural and linguistic sensitivities of foreign recipients.
- the ability to manage and update digital content, respond to comments and questions online, and monitor the organization's online reputation.
- the capacity to plan and structure presentations coherently and attractively to convey effective messages.
- the ability to create posters, plans, graphics, and other presentation materials that are attractive and relevant.
- excellent interpersonal communication and active listening skills to respond to questions and manage discussions with the audience.
- the ability to communicate ethically with stakeholders, including transparency, correctness, and respect for confidentiality.
- the ability to manage and protect the organization's and stakeholders' confidential data and information.

c) Responsibility and autonomy

- collecting and organizing data about the target market and clients to support strategic decision-making.
- evaluating collected data to identify market trends and opportunities.
- presenting information and data-driven recommendations to leadership teams or clients.
- developing and maintaining a consistent brand identity across all materials and communication channels.
- maintaining relationships and communication with all stakeholders to promote the brand and support business objectives.
- creating and managing consumer communication campaigns to inform innovation and strategies based on their understanding and needs.
- ensuring that the brand adapts to cultural and ideological changes to remain relevant and authentic.
- ensuring that the brand promotes values of diversity and inclusion and engages with cultural and ideological communities of its consumers.
- overseeing the production of advertising, from concept to delivery.
- creating and implementing campaigns using various channels, such as email marketing, websites, print advertising, TV, and others.
- monitoring and reporting campaign results to make adjustments and improve future strategies.
- using tools and technologies to conduct complex analyses of market data and brand performance.
- managing and updating knowledge about the latest trends and changes in SEM.
- regularly monitoring the performance of sem campaigns and adjusting strategies accordingly.
- efficiently managing and updating customer relationships and prospects to generate loyalty and repeat sales.
- keeping knowledge updated on evolving changes and trends in social media platforms.
- developing and managing content on social platforms to support brand marketing objectives.
- regularly monitoring the performance of content and social campaigns and adapting strategies accordingly.

- efficiently handling difficult situations and interactions with dissatisfied customers.
- transparently and responsibly managing crisis situations, including taking necessary corrective measures.
- constantly maintaining knowledge about market and industry developments for informed decision-making.
- ensuring effective and consistent communication with supporters to provide relevant information and stimulate their engagement in events.
- ensuring supporters have a pleasant and memorable experience at events, and their interactions are positive.
- treating supporters with respect and resolving any issues or conflicts appropriately.
- keeping knowledge updated to use the right tools for community development.
- ensuring the planning and implementation of community strategies align with the organization's objectives.
- maintaining a positive relationship with users and sustaining a high level of community engagement.
- regularly reporting community performance and identifying improvement opportunities.
- ensuring the calendar is adhered to, and all tasks and events are planned and executed on time.
- ensuring clear definition of objectives and monitoring key performance indicators during campaigns.
- ensuring a fair distribution of tasks and allocation of necessary resources for each stage of the campaign.
- constantly monitoring the campaign and taking corrective measures if objectives are not met.
- properly managing all organizational aspects and ensuring events are well-executed.
- adapting messages and communications to the target audience and delivering them impactfully.
- properly managing all online donations and protecting donor information.
- efficiently using financial and material resources and maintaining control over costs.
- keeping stakeholders informed about campaign results and obtaining feedback and suggestions.
- properly managing all organizational aspects, including location, schedule, and necessary resources, to ensure smooth events.
- presenting causes effectively and gaining public support.
- keeping documents and records organized and available upon request.
- recording and storing all necessary information appropriately.
- timely submission of reports and records in an accessible format to stakeholders.
- ensuring confidentiality of sensitive data and information.
- efficiently managing organizational aspects, such as location, schedule, and resources, for effective events.
- understanding and respecting customer or superior requirements and expectations.
- keeping the schedule and calendar updated, ensuring no overlaps or conflicts.
- conducting meetings and gatherings according to professional standards.
- communicating information correctly and transparently without hiding the truth or manipulation.
- ensuring confidentiality of sensitive data and information.
- treating all participants fairly and preventing discrimination at events.
- ensuring information communicated to the media is accurate, precise, and aligns with the organization's strategy.
- structuring media communications well and delivering key messages appropriately.
- managing media relations with transparency and integrity.
- regularly maintaining and updating the contact network for mutual benefits.
- ensuring clear, respectful, and mutually beneficial communication with professional contacts.
- establishing professional relationships based on reciprocity and mutual benefit.
- ensuring information about professional contacts is accurate and updated.
- precisely and professionally drafting press releases.
- ensuring the transmitted message is suitable for the target audience.
- timely submission of press releases and well-managed communication flow.
- well-documenting and structuring presentation materials.
- customizing presentation materials to be relevant and effective for the specific audience.
- efficiently using technical resources and preparing materials on time.
- ensuring presentation materials meet established objectives and are of high quality.
- adapting information for each medium and ensuring the message is appropriate for the context.
- properly preparing the spokesperson and ensuring a coherent and efficient message.
- correctly conveying the message and tailoring responses to the interviewer's and audience's questions and concerns.
- continuously improving communication skills and adapting strategies for subsequent interviews.
- using appropriate communication channels to convey the message.
- ensuring messages are accurately conveyed, and communication is effective across all utilized channels.
- ensuring the security and confidentiality of information transmitted in the digital environment.
- constantly improving the quality and effectiveness of communication across all channels.
- ensuring the message is conveyed appropriately and taking into account audience reactions.
- ensuring support materials are well-structured, easily understandable, and support the presentation message.
- ensuring positive and efficient interactions with those present during the presentation.
- continuously improving public speaking skills and presentations.
- contributing to the development and promotion of an organizational culture that supports marketing objectives.
- regularly monitoring customer feedback and evolving preferences.
- ensuring customers receive accurate information and efficient solutions for their requirements.
- monitoring customer satisfaction and loyalty levels and implementing measures to maintain or increase these aspects.
- constantly evaluating the company's market position and its ability to differentiate from the competition.
- identifying and evaluating market opportunities for the company's products or services.
- planning and documenting strategic plans for long-term improvements.
- ensuring the implementation of planned stages and monitoring progress.
- monitoring performance and adjusting plans based on results obtained.
- correct and responsible use of verbal and written communication to facilitate information exchange with colleagues, customers, and other stakeholders.
- ethical and responsible use of digital communication and protection of sensitive data.
- ensuring confidentiality and security of exchanged information and compliance with relevant norms and regulations.
- firmly respecting and promoting ethical standards and regulations within the organization, in relation to customers, and other stakeholders.
- reporting any ethical violations or irregularities following the organization's procedures and policies.

- constant monitoring of events and news in the media to respond rapidly and efficiently to their requests.
- ensuring that all communications with the media are ethical and accurate, and that the organization adheres to principles of transparency and honesty.
- ensuring the communicated message is correct, balanced, and aligns with the organization's objectives and the interests of the public.
- ensuring information used in press releases is accurate, up-to-date, and verified.
- ensuring that PR messages and campaigns reflect the objectives and values of the organization and are conveyed appropriately to the target audience.
- ensuring PR campaigns consider all relevant stakeholders and address their needs.
- ensuring PR campaigns and events are efficiently implemented, respecting established deadlines and budgets.
- ensuring all PR actions and messages adhere to ethical standards and do not harm the organization's reputation.
- contributing to the development and implementation of creative concepts that support the strategic objectives of the organization or clients.
- ensuring that creativity adds value and contributes to achieving PR objectives.
- ensuring creative ideas are presented clearly and convincingly to gain support and approval.
- constantly monitoring competitors and the market, providing useful information for adapting PR tactics.
- developing and implementing communication strategies to ensure consistency in messages both internally and externally.
- ensuring online presence reflects the organization's image and values and is efficiently managed.
- ensuring internal communication is transparent, efficient, and supports the organization's objectives.
- ensuring external messages are consistent, authentic, and support the organization's image.
- conducting market research and audits to understand the needs and expectations of the target audience.
- conducting opinion research and monitoring the media to evaluate the effectiveness of public communication.
- ensuring the coherence and authenticity of messages and their efficient transmission.
- efficiently organizing and managing press conferences and interviews to ensure effective and transparent communication.
- evaluating the effectiveness of media communication strategies and reporting the results to the organization.
- defining the objectives of the strategy, identifying the target audience, and developing a detailed action plan.
- creating visual and written content in line with the objectives and messages of the public relations strategy.
- ensuring that created materials are suitable for the target audience and meet their requirements.
- ensuring materials are delivered on time and within the established budget limits.
- ensuring materials comply with quality standards and fulfill their purpose in the public relations strategy.
- taking responsibility for protecting the client's interests in all interactions and communications with stakeholders.
- providing professional and impartial advice and recommendations to the client.
- adhering to ethical standards and professional integrity and ensuring the client is informed and respected in all decisions and actions taken.
- developing communication materials, including press releases, speeches, and online content, reflecting the organization's strategic foundation.
- managing and promoting organizational relationships with stakeholders to support strategic objectives.
- updating and adapting knowledge of new trends and technologies in mass communication.
- preparing and delivering an informative and coherent interview that conveys desired messages and promotes the organization's objectives.
- ensuring messages conveyed during the interview align with the organizational image and values.
- evaluating interview results and identifying opportunities for improving communication strategies and preparing for future interviews.
- competently using foreign languages to communicate with stakeholders from other countries or linguistic communities.
- ensuring that organizational messages and communication are suitable and respect the cultural norms and values of the countries or linguistic communities being addressed.
- ensuring translated documents and materials are accurate and maintain the integrity of the original message.
- contributing to the development and maintenance of the organization's relationships with foreign entities through communication in foreign languages.
- ensuring messages are delivered appropriately and efficiently through suitable channels.
- communicating with stakeholders to promote the organization's objectives and manage crisis situations or difficult questions.
- developing and implementing digital communication strategies to achieve public relations objectives.
- developing public presentations that reflect the organization's objectives and support key messages.
- ensuring support materials complement and supplement the presentation discourse and messages.
- ensuring the audience is engaged and understands the presented messages, addressing questions and uncertainties appropriately.
- ensuring confidential data and information are handled with the utmost care, and access is restricted to authorized personnel.
- reporting ethical issues to superiors or competent authorities and contributing to their resolution.
- ability to propose and implement changes in the market strategy based on current market trends and requirements.
- ability to manage and improve relationships with business partners without constant supervision.
- ability to initiate and coordinate independent market research projects.
- ability to make strategic recommendations based on data analysis.
- ability to decide how to present and communicate data to support strategic objectives.
- ability to make decisions regarding advertising content and ensure it aligns with brand objectives.
- ability to decide which channels to use based on campaign objectives and target audience.
- ability to make autonomous decisions regarding the information and data to include in reports and presentations.
- ability to choose data sources and analysis methods based on specific brand objectives.
- ability to make autonomous decisions based on SWOT analysis and identifying critical success factors.
- ability to choose and implement the appropriate analysis tools for specific brand evaluation objectives.
- ability to make autonomous decisions on how to communicate and present analysis results to the leadership team and other stakeholders.
- ability to make autonomous decisions regarding follow-up measures and reporting event results.
- capacity to make autonomous decisions regarding communication and strategies to attract and retain supporters.
- ability to make autonomous decisions regarding how to communicate with supporters and establish priorities in this regard.
- capacity to make autonomous decisions to improve and personalize the supporter experience at events.

- ability to make autonomous decisions in conflict situations and to resolve issues efficiently and professionally.
- capacity to make autonomous decisions regarding the selection and use of online platforms and technologies.
- ability to make autonomous decisions regarding how to interact with users and manage their engagement.
- capacity to make autonomous decisions regarding corrective measures and improving community performance.
- ability to make autonomous decisions regarding the structure and management of the campaign calendar.
- capacity to make autonomous decisions regarding setting goals and performance indicators.
- ability to make autonomous decisions regarding team and resource management during the campaign.
- capacity to make autonomous decisions regarding adjustments needed to improve campaign performance.
- ability to make autonomous decisions regarding staff and volunteer management.
- capacity to make autonomous decisions regarding the selection and promotion of causes.
- ability to make autonomous decisions regarding the structure and management of record-keeping systems.
- capacity to make autonomous decisions regarding the types of information to be collected and how to store it.
- ability to make autonomous decisions regarding ways to communicate evidence and report on it.
- capacity to make autonomous decisions regarding the scheduling and organization of events.
- ability to make autonomous decisions regarding communication and negotiation methods.
- capacity to make autonomous decisions regarding scheduling and calendar management.
- ability to make autonomous decisions regarding behavior and etiquette at meetings and gatherings.
- capacity to make autonomous decisions to ensure a fair and non-discriminatory environment.
- ability to make autonomous decisions regarding communication with the media in various situations.
- capacity to make autonomous decisions regarding the language and tone of communications with the media.
- ability to make autonomous decisions in real-time during crisis situations.
- capacity to make autonomous decisions regarding the development and management of the professional network.
- ability to make autonomous decisions regarding communication and interaction with professional contacts.
- capacity to make autonomous decisions in establishing professional relationships and collaborations.
- ability to make autonomous decisions regarding the administration and updating of the contact database.
- capacity to make autonomous decisions regarding adapting the message to the target audience.
- ability to make autonomous decisions regarding the accuracy of information included in press releases.
- capacity to make autonomous decisions regarding the choice of format and style of presentation materials.
- ability to make autonomous decisions regarding adapting presentation materials to the target audience.
- capacity to make autonomous decisions regarding the choice and use of appropriate technical resources.
- ability to make autonomous decisions regarding improving and revising presentation materials.
- capacity to make autonomous decisions regarding adapting communication to various communication mediums.
- ability to make autonomous decisions regarding the tone, language, and style of communication during interviews.
- capacity to make autonomous decisions regarding choosing the appropriate communication channel.
- ability to make autonomous decisions regarding communication in different channels.
- capacity to make autonomous decisions regarding the management and use of digital channels.
- ability to make autonomous decisions regarding improving communication processes in various channels.
- capacity to make autonomous decisions regarding public communication.
- ability to make autonomous decisions regarding the content and format of support materials.
- capacity to make autonomous decisions during interactions with the public.
- ability to make autonomous decisions that adhere to ethical standards.
- capacity to take initiatives to improve ethics and professional integrity within the organization.
- capacity to develop personalized strategies to meet customer needs.
- ability to make autonomous decisions regarding communication with clients and resolving their issues.
- capacity to make autonomous decisions to provide solutions and personalized assistance to clients.
- ability to initiate and manage initiatives to build customer loyalty.
- capacity to make autonomous decisions regarding adjustments to strategies based on performance data.
- ability to make autonomous decisions about the manner and timing of verbal and written communication based on the situation.
- capacity to manage and monitor digital communication independently.
- ability to operate independently in managing and navigating the media environment.
- capacity to make autonomous decisions regarding professional behavior and practices in communication with the media.
- ability to choose and apply appropriate writing techniques and styles for different contexts and audiences.
- capacity to decide how to adapt the message to meet the needs and preferences of different audience segments.
- ability to choose and apply communication techniques and strategies in public relations suitable for different situations and purposes.
- capacity to make decisions regarding the identification and evaluation of the target audience and stakeholders to develop effective campaigns.
- ability to make decisions regarding the strategy and tactics of public relations to achieve established objectives.
- capacity to make ethical decisions and take responsibility for actions and communication in public relations.
- ability to initiate and promote creative ideas within PR campaigns.
- capacity to make decisions related to the management of creative projects and identify solutions to challenges.
- capacity to make decisions regarding adjustments to creative strategies based on the evaluation of results.
- ability to decide when and how to communicate and present creative ideas.
- capacity to organize and manage market research independently and generate recommendations based on the results obtained.
- ability to choose and implement appropriate technologies based on research and analysis requirements.
- capacity to make quick and efficient decisions to address online situations, such as managing reputation crises or promoting online events and campaigns.
- capacity to make decisions and manage internal communication initiatives without constant supervision.
- ability to make consultative decisions and coordinate communication projects independently.
- capacity to initiate and coordinate analysis and evaluation processes.
- ability to develop and coordinate communication strategies, including material production and event planning.
- capacity to coordinate communication projects independently, ensuring they are delivered on time and in accordance with established objectives.
- ability to initiate and coordinate media impact assessment processes independently.
- capacity to manage communication and respond quickly to unexpected situations.

- ability to develop and manage relationships with partners independently.
- capacity to make data-driven decisions to improve strategy and achieve established objectives.
- ability to make independent decisions regarding the concepts, design, and content of materials.
- capacity to make creative choices regarding the adaptation of materials for different audiences.
- ability to manage the creation and production process of materials, making decisions regarding priorities and allocated resources.
- capacity to take actions to improve materials based on feedback and evaluation.
- development and implementation of personalized strategies to meet customer needs and interests.
- capacity to take initiatives to strengthen relationships and resolve potential conflicts with stakeholders.
- ability to make informed decisions based on collected data and to adapt communication strategies based on the evolving situation.
- capacity to plan and conduct an interview independently, ensuring key topics are covered and necessary information is obtained.
- ability to use a foreign language in various communication contexts, including interactions with international media or foreign business partners, without constant assistance.
- capacity to independently decide which communication channel is most suitable for each situation.
- ability to communicate with confidence and efficiency, adapting to the needs and expectations of different audiences.
- capacity to make quick and informed decisions in managing digital communication and adapt strategies based on feedback and data analysis.
- ability to develop and manage presentation materials based on the specific requirements of each presentation.
- capacity to initiate and implement strategies to improve public communication skills based on individual needs and objectives.
- ability to identify and avoid situations that could compromise integrity or professional ethics in communication.
- capacity to make decisions to protect data and confidentiality in accordance with applicable regulations and laws.
- ability to make decisions regarding the reporting and management of ethical aspects in accordance with established procedures and professional conduct norms.

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

4.3

Nr. <i>No.</i>	Denumirea disciplinei <i>Subject</i>	3)Total ore <i>Number of hours</i>				Nota <i>Grade</i>		Nr. credite <i>Number of ECTS/SECT credits</i>	
		C	S	LP	P	Sem I <i>1st sem</i>	Sem II <i>2nd sem</i>	Sem I <i>1st sem</i>	Sem II <i>2nd sem</i>
Anul I (anul universitar 2022-2023) <i>1st year of study (2022-2023 academic year)</i>									
1	Introducere în științele comunicării <i>Introduction to communication sciences</i>	28	14	-	-		-	5	-
2	Introducere în sistemul mass-media <i>Introduction to the media system</i>	28	14	-	-		-	4	-
3	Gândire critică <i>Critical thinking</i>	28	14	-	-		-	3	-
4	Introducere în relații publice <i>Introduction to public relations</i>	28	28	-	-		-	5	-
5	Introducere în publicitate <i>Introduction to advertising</i>	28	14	-	-		-	4	-
6	Comunicare cu presa <i>Communication with the media</i>	28	14	-	-		-	3	-
7	Informatică <i>Informatics</i>	-	28	-	-		-	2	-
8	Limba străină I <i>Foreign language I</i>	-	14	-	-		-	2	-
9	Educație fizică I <i>Physical education I</i>	-	-	-	14		-	1	-
10	Consilierea profesională și orientarea în carieră a studenților <i>Professional counseling and career guidance for students</i>	-	14	-	-		-	1	-
11	Voluntariat I <i>Volunteering I</i>	-	60	-	-		-	2	-
12	Etică <i>Ethics</i>	28	28	-	-	-		-	5
13	Tehnici de redactare <i>Writing techniques</i>	14	28	-	-	-		-	5
14	Multimedia <i>Multimedia</i>	14	28	-	-	-		-	5
15	Comunicare internă <i>Internal communication</i>	28	28	-	-	-		-	5
16	Social media <i>Social media</i>	28	28	-	-	-		-	5
17	Istoria și filosofia comunicării <i>History and philosophy of communication</i>	28	-	-	-	-		-	3
18	Limba străină II	-	14	-	-	-		-	2

Nr. <i>No.</i>	Denumirea disciplinei <i>Subject</i>	3) ³ Total ore <i>Number of hours</i>				Nota <i>Grade</i>		Nr. credite <i>Number of ECTS/SECT credits</i>	
		C	S	LP	P	Sem I <i>1st sem</i>	Sem II <i>2nd sem</i>	Sem I <i>1st sem</i>	Sem II <i>2nd sem</i>
	<i>Foreign language II</i>								
19	Educație fizică II <i>Physical education II</i>	-	-	-	14	-		-	1
20	Voluntariat II <i>Volunteering II</i>	-	60	-	-	-		-	2
Promovat cu media ⁴⁾ : <i>Pass, average grade per academic year:</i>				Total credite: <i>Total ECTS/SECT credits:</i>		65 (60+5)			
Anul II (anul universitar 2023-2024)									
<i>2nd year of study (2022-2023 academic year)</i>									
1	Deontologie profesională <i>Professional ethics</i>	14	14	-	-		-	3	-
4	Redactare academică <i>Academic writing</i>	14	14	-	-		-	3	-
3	Redactarea materialelor de RP <i>Writing PR materials</i>	28	28	-	-		-	5	-
4	Relații publice sectoriale <i>Sectoral public relations</i>	28	14	-	-		-	4	-
5	Editare în Adobe Photoshop <i>Editing in Adobe Photoshop</i>	28	14	-	-		-	4	-
6	Practica în instituții de profil I <i>Internship I</i>	-	-	-	28		-	3	-
7	Produse audio-video în relații publice <i>Audio-video products in public relations</i>	28	14	-	-		-	5	-
	Comunicare pe dispozitive mobile <i>Communication on mobile devices</i>								
8	Marketing și management general <i>Marketing and general management</i>								
9	Disciplină complementară transversală I <i>Transdisciplinary complementary course I</i>	14	14	-	-		-	2	-
10	Limba străină III <i>Foreign language III</i>	-	14	-	-		-	2	-
11	Educație fizică III <i>Physical education III</i>	-	-	-	14		-	1	-
12	Voluntariat III <i>Volunteering III</i>	-	60	-	-		-	2	-
13	Metode de cercetare în științele sociale <i>Research methods in the social sciences</i>	28	28	-	-	-		-	5
14	Semiotică <i>Semiotic</i>	28	14	-	-	-		-	4
15	Comunicare interculturală <i>Intercultural communication</i>	28	14	-	-	-		-	4
16	Teorii contemporane ale comunicării <i>Contemporary theories of communication</i>	28	-	-	-	-		-	3
17	Practica în instituții de profil II <i>Internship II</i>	-	-	-	2	-		-	3
18	Filosofie politică <i>Political philosophy</i>	14	28	-	-	-		-	2
	Scriere creativă <i>Creative writing</i>								
19	Disciplină complementară transversală II <i>Transdisciplinary complementary course II</i>	14	14	-	-	-		-	2
20	Limba străină IV <i>Foreign language IV</i>	-	14	-	-	-		-	2
21	Educație fizică IV <i>Physical education IV</i>	-	-	-	1	-		-	1
22	Voluntariat IV <i>Volunteering IV</i>	-	60	-	-	-		-	2
Promovat cu media ⁴⁾ : <i>Pass, average grade per academic year:</i>				Total credite: <i>Total ECTS/SECT credits:</i>		64 (60+4)			
Anul III (anul universitar 2023-2024)									
<i>3rd year of study (2024-20245 academic year)</i>									
1	Relații publice online <i>Online public relations</i>	28	28	-	-		-	5	-
2	Retorică <i>Rhetoric</i>	28	14	-	-		-	4	-

4.3

Nr. No.	Denumirea disciplinei <i>Subject</i>	³⁾ Total ore <i>Number of hours</i>				Nota <i>Grade</i>		Nr. credite <i>Number of ECTS/SECT credits</i>	
		C	S	LP	P	Sem I <i>1st sem</i>	Sem II <i>2nd sem</i>	Sem I <i>1st sem</i>	Sem II <i>2nd sem</i>
3	Comportamentul consumatorului <i>Consumer behavior</i>	28	28	-	-		-	5	-
4	Managementul relațiilor publice <i>Public relations management</i>	14	28	-	-		-	4	-
5	Crearea de imagine în relații publice <i>Creating public relations image</i>	14	14	-	-		-	3	-
6	Practica în instituții de profil III <i>Internship III</i>	-	-	-	28		-	3	-
7	Creație în publicitate <i>Advertising creation</i>	28	14	-	-		-	4	-
	Design editorial (Adobe in Design) <i>Editorial design (Adobe in Design)</i>								
8	Disciplină complementară transversală III <i>Transdisciplinary complementary course III</i>	14	14	-	-		-	2	-
9	Voluntariat V <i>Volunteering V</i>	-	60	-	-		-	2	-
10	Gestiunea crizelor <i>Crisis management</i>	28	28	-	-	-		-	5
11	Organizarea de evenimente <i>Organizing events</i>	28	28	-	-	-		-	5
12	Pragmatica <i>Pragmatics</i>	14	14	-	-	-		-	4
13	Legislație în domeniul comunicării <i>Communication legislation</i>	28	14	-	-	-		-	4
14	Integritate academică: elaborarea lucrării de finalizare a studiilor <i>Academic integrity: writing your dissertation</i>	-	28	-	-	-		-	4
15	Practica în instituții de profil IV <i>Internship IV</i>	-	-	-	3	-		-	3
16	Design publicitar <i>Advertising design</i>	28	14	-	-	-		-	4
	Introducere în mediere <i>Introduction to mediation</i>								
	Teoria informației <i>Information theory</i>								
17	Voluntariat VI <i>Volunteering VI</i>	-	60	-	-	-		-	2
Promovat cu media ⁴⁾ : <i>Pass, average grade per academic year:</i>		Total credite: <i>Total ECTS/SECT credits:</i>				64 (60+4)			
Promovat: <i>Pass:</i>	Media ⁵⁾ de promovare a studiilor (ponderată cu puncte de credit – dacă este cazul): <i>Overall average grade (credit-weighted average – if available):</i>					Total credite: <i>Total ECTS/SECT credits:</i>		193 (180+13)	

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

4.4

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 202x, domeniul de studii Științe ale comunicării, programul de studii Publicitate este ..., iar media maximă este ..., titularul fiind clasat pe locul ... dintr-un total de ... absolvenți.

Grades are integer numbers and are given on a scale 10 (the highest grade) to 1 (the lowest grade). The lowest passing grade is 5 and the highest grade is 10.
The passing overall average grades from the class of 202x, field of study Communication sciences, study programme in Advertising, are: lowest average: ... (out of 10) and highest average: ... (out of 10), the degree holder is ranked ... out of ... graduates.

5. INFORMAȚII SUPLIMENTARE ADDITIONAL INFORMATION

Informații suplimentare
Additional information

Alte surse pentru obținerea mai multor informații
Further information sources

5.1

5.2

Universitatea de Vest din Timișoara
Bd. Vasile Pârvan nr. 4,
Timișoara, cod poștal 300223, județul Timiș, România
+40 256 592 111
secretariat@e-uvt.ro
www.uvt.ro

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

Posibilități de continuare a studiilor (după promovarea examenului de finalizare)

Access to further study (after passing the final examination)

6.1

Statutul profesional

Professional status

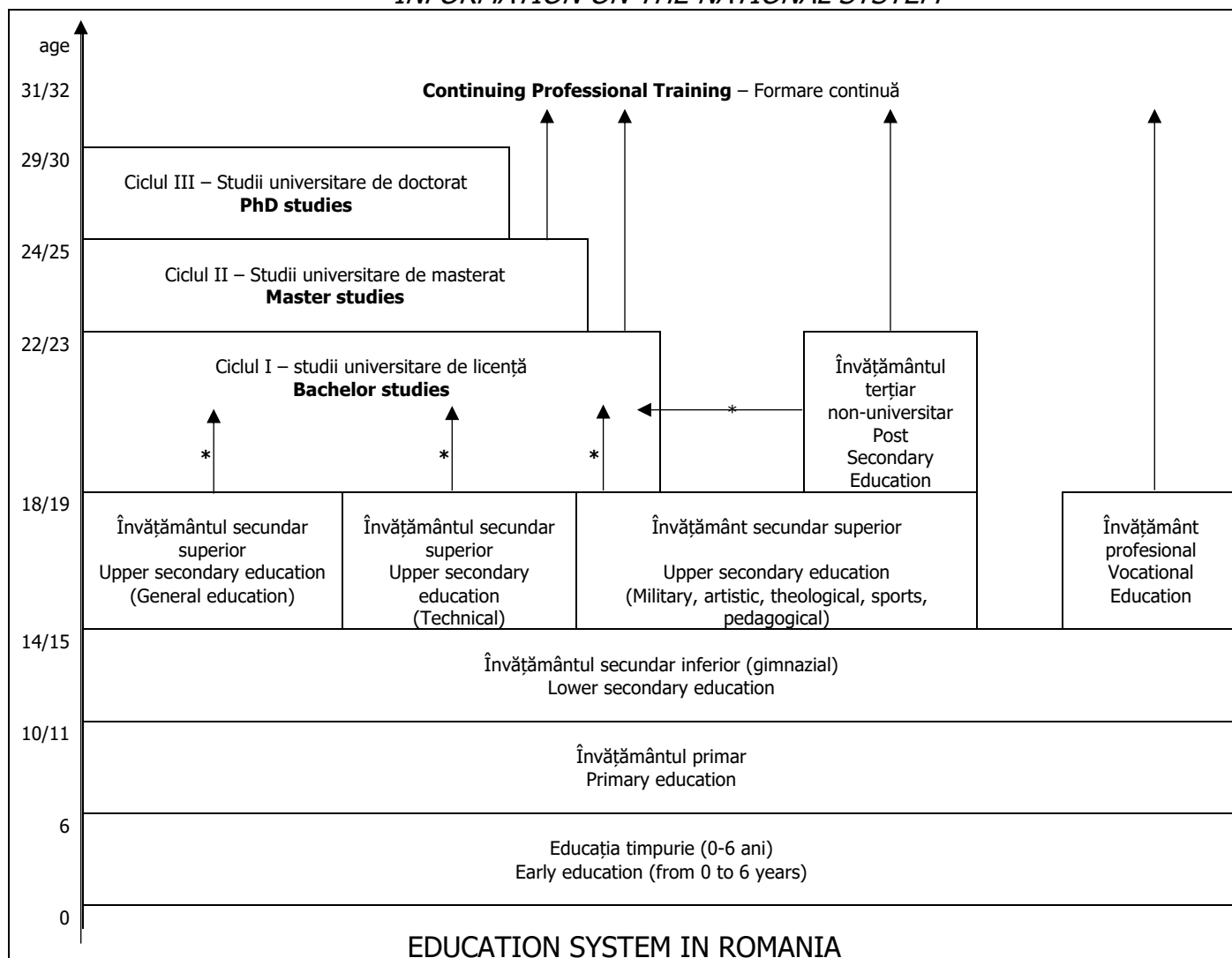
6.2

7. LEGALITATEA SUPLIMENTULUI CERTIFICATION OF THE SUPPLEMENT

	Funcția <i>Position</i>	Semnătura <i>Signature</i>		Funcția <i>Position</i>	Semnătura <i>Signature</i>
7.1	Rector <i>Rector</i> Prof. univ. dr. Marilen Gabriel PIRTEA		7.2	Secretar șef universitate <i>University Registrar</i> Ramona-Maria PUIU	
7.3	Decan <i>Dean</i> Lect. univ. dr. Alexandru JĂDĂNEANȚ			Secretar șef facultate <i>Faculty Registrar</i> Mihaela SABĂU	
	⁶⁾ Nr. și data eliberării <i>No., and dated.</i>			Ștampila sau sigiliul oficial <i>Official stamp or seal</i>	
7.5	<div style="border: 1px solid black; padding: 10px; margin: 5px auto; width: 80%;"> <div style="text-align: center; font-size: 2em; margin-bottom: 10px;">/</div> <p>Acest document conține un număr de 25 pagini. <i>This document contains a number of 25 pages.</i></p> </div>		7.6	<div style="border: 1px solid black; padding: 10px; margin: 5px auto; width: 80%;"> <div style="text-align: center; font-size: 2em; margin-bottom: 10px;">L. S.</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) Medie anuală cu două zecimale, fără rotunjire.
4) Average grade per academic year, with two decimals and without rounding off.
- 5) Media generală, cu două zecimale, fără rotunjire.
5) Overall average grade with two decimals and without rounding off.
- 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 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 the upper secondary education) and access the master programmes is based on the bachelor degree (BA/BSc/BEng).

Studiile universitare de licență (BA/BSc/BEng) presupun 180-240 de credite, 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 credits, 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 masterat (MA/MSc/MEng) presupun 60-120 de credite, 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 credits, calculated in accordance with 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 de ECTS/SECT, Medicină dentară – 360 de ECTS/SECT, Farmacie – 300 de ECTS/SECT, Medicină veterinară – 360 de ECTS/SECT, Arhitectură – 360 de ECTS/SECT, Arhitectură de interior – 300 de ECTS/SECT, Design de produs – 300 de ECTS/SECT).

For professions regulated by European norms, regulations or good practice, 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 recognized 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 of inside - 360 ECTS/SECT and Design of product - 300 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 based on the market demands.

**În conformitate cu modificările introduse în sistemul de învățământ superior de Legea nr. 1/2011
According to the changes brought to the higher education system by Law no. 1/2011*