

ROMÂNIA
MINISTERUL EDUCAȚIEI
THE MINISTRY OF EDUCATION
UNIVERSITATEA DE VEST DIN TIMIȘOARA¹⁾
WEST UNIVERSITY OF TIMIȘOARA
SUPLIMENT 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 SPECIALIST ÎN POLITICI PUBLICE ȘI ADVOCACY, MASTER ÎN ȘTIINȚE POLITICE <i>SPECIALIST IN PUBLIC POLICY AND ADVOCACY, MASTER'S DEGREE IN POLITICAL SCIENCE</i>			
Domeniul de studii <i>Field of study</i>		Programul de studii <i>Programme of study</i>	
2.2a	ȘTIINȚE POLITICE <i>POLITICAL SCIENCE</i>	2.2b	POLITICI PUBLICE ȘI ADVOCACY <i>PUBLIC POLICY AND ADVOCACY</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 WEST UNIVERSITY OF TIMIȘOARA ACCREDITED STATE UNIVERSITY	2.3b	FACULTATEA DE ȘTIINȚE POLITICE, FILOSOFIE ȘI ȘTIINȚE ALE COMUNICĂRII <i>FACULTY OF POLITICAL 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 II – STUDII UNIVERSITARE DE MASTERAT, 7 CNC
MASTER'S DEGREE, 7 EQF

3.2

2 ANI, 120 ECTS
2 YEARS, 120 ECTS

Condiții de admitere

Access requirement(s)

3.3

DIPLOMĂ DE LICENȚĂ
BACHELOR'S DEGREE

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
FULL-TIME STUDY

Competențele asigurate prin programul de studii

Learning outcomes of the study programme

4.2

Competențe cheie:

- competențe de alfabetizare;
- competențe multilingvistice;
- competențe digitale;
- competențe personale, sociale și de a învăța să înveți;
- competențe cetățenești;
- competențe antreprenoriale;

Key competences:

- literacy competence;
- multilingual competence;
- digital competence;
- personal, social and learning to learn competence;
- citizenship competence;
- entrepreneurship competence.

Competențe profesionale:

- 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.
- aplică strategii de marketing aferent platformelor de comunicare socială - 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.
- comunică cu mass-media - Comunică în mod profesionist și prezintă o imagine pozitivă în cadrul schimburilor cu mass-media sau cu sponsorii potențiali.
- concepe acțiuni de campanie - Creează operațiuni orale sau scrise pentru a atinge un anumit obiectiv.
- stabilește calendarul campaniei - Creează un calendar și stabilește obiective finale pentru procedurile și sarcinile unei campanii politice sau promoționale.
- pledează pentru o cauză - Prezintă motivele și obiectivele unei anumite cauze, cum ar fi o cauză caritabilă sau o campanie politică, unor persoane sau unui public mai larg, cu scopul de a obține sprijin pentru cauza respectivă.
- organizează susținătorii - Coordonează și gestionează relații cu rețelele de suporteri.
- utilizează tehnici de comunicare - Aplică tehnici de comunicare care le permit interlocutorilor să se înțeleagă reciproc mai bine și să realizeze o comunicare corectă în transmiterea mesajelor.
- analizează factorii externi ai societăților - Efectuează activități de cercetare și analiză a factorului extern care ține de întreprinderi, cum ar fi consumatorii, poziția pe piață, concurenții și situația politică.

- desfășoară activități de relații publice - Desfășoară activități de relații publice (PR) gestionând modul de difuzare a informațiilor dintre o persoană sau o organizație și public.
- dezvoltă strategii de comunicare - Gestionează sau contribuie la conceperea și punerea în aplicare a planurilor de comunicare internă și externă ale unei organizații, inclusiv prezența sa online.
- elaborează strategii de relații publice - Planifică, coordonează și depune toate eforturile necesare în cadrul unei strategii de relații publice, cum ar fi definirea obiectivelor, pregătirea comunicărilor, contactarea partenerilor și difuzarea informațiilor între părțile interesate.
- face prezentări publice - Vorbește în public și interacționează cu cei prezenți. Pregătește afișe, planuri, grafice și alte informații în sprijinul prezentării.
- 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 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.
- organizează conferințe de presă - Organizează interviuri pentru un grup de jurnaliști pentru a face un anunț sau a răspunde la întrebări pe un anumit subiect.
- pregătește materiale de prezentare - Pregătește documentele, diapozitivele, afișele și orice alte suporturi necesare pentru un public specific.
- protejează interesele clientului - Protejează interesele și nevoile unui client prin luarea măsurilor necesare și prin studierea tuturor posibilităților, pentru a se asigura că acel client obține rezultatul preferat.
- redactează comunicate de presă - Culege informații și redactează comunicate de presă cu adaptarea registrului la publicul-țintă și asigurându-se că mesajul este transmis în mod corect.
- utilizează diferite canale de comunicare - Utilizează diferite tipuri de canale de comunicare, cum ar fi comunicarea verbală, scrisă de mână, digitală și telefonică, cu scopul de a construi și a face schimb de idei sau de informații.
- analizează procese de afaceri - Studiază contribuția proceselor de lucru la obiectivele comerciale și monitorizează eficiența și productivitatea acestora.
- aplică cunoștințe despre comportamentul uman - Aplică principii legate de comportamentul de grup, tendințele în societate și influența dinamicii societale.
- conștientizează dimensiunea interculturală - Manifestă sensibilitate față de diferențele culturale, luând măsuri care să faciliteze o interacțiune pozitivă între organizațiile internaționale, între grupuri sau indivizi ce provin din culturi diferite și promovează integrarea acestora în cadrul unei comunități.
- implementează planificarea strategică - Ia măsuri cu privire la obiectivele și procedurile definite la nivel strategic pentru a mobiliza resursele și a pune în aplicare strategiile stabilite.
- implementează planuri de afaceri operaționale - Implementează planurile de afaceri și operaționale strategice pentru o organizație prin implicare și delegarea către ceilalți, monitorizarea progreselor și efectuarea de ajustări pe parcurs. Evaluează măsura în care au fost atinse obiectivele strategice, învață lecții, sărbătorește succesul și recunoaște contribuțiile oamenilor.
- monitorizează tendințele sociologice - Identifică și investighează tendințele și mișcările sociologice din societate.
- studiază culturi - Studiază și internalizează o cultură care nu este proprie pentru a înțelege cu adevărat tradițiile, regulile și activitățile acesteia.
- utilizează tehnici de consultare - Consiliază clienții în diferite chestiuni personale sau profesionale.
- întreține sisteme de comunicare internă - Menține un sistem eficace de comunicare internă în rândul angajaților și administratorilor de departament.

Professional competences:

- 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.
- 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.
- communicate with media - Communicate professionally and present a positive image while exchanging with media or potential sponsors.
- design campaign actions - Create oral or written operations to achieve a certain goal.

- create campaign schedule - Create a timeline and establish final goals for the procedures and tasks of a political or otherwise promotional campaign.
- advocate a cause - Present the motives and objectives of a certain cause, such as a charity cause or political campaign, to individuals or larger audience in order to gather support for the cause.
- organise supporters - Coordinate and managing relations with networks of supporters.
- use communication techniques - Apply techniques of communication which allow interlocutors to better understand each other and communicate accurately in the transmission of messages.
- 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.
- 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.
- conduct public presentations - Speak in public and interact with those present. Prepare notices, plans, charts, and other information to support the presentation.
- 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.
- draft press releases - Collect information and write press releases adjusting the register to the target audience and ensuring that the message is well conveyed.
- 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.
- organise press conferences - Organise interviews for a group of journalists in order to make an announcement or answer questions on a specific subject.
- perform public relations - Perform public relations (PR) by managing the spread of information between an individual or an organisation and the public.
- 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.
- analyse business processes - Study the contribution of the work processes to the business goals and monitor their efficiency and productivity.
- apply knowledge of human behaviour - Practice principles related to group behaviour, trends in society, and influence of societal dynamics.
- implement operational business plans - Implement the strategic business and operational plan for an organisation by engaging and delegating to others, monitoring progress and making adjustments along the way. Evaluate the extent to which strategic objectives have been achieved, learn lessons, celebrate success and recognise people's contributions.
- implement strategic planning - Take action on the goals and procedures defined at a strategic level in order to mobilise resources and pursue the established strategies.
- maintain internal communication systems - Maintain an effective internal communication system among employees and department managers.
- monitor sociological trends - Identify and investigate sociological trends and movements in society.
- show intercultural awareness - Show sensibility towards cultural differences by taking actions which facilitate positive interaction between international organisations, between groups or individuals of different cultures, and to promote integration in a community.
- study cultures - Study and internalise a culture that is not your own to truly understand its traditions, rules, and workings.
- use consulting techniques - Advise clients in different personal or professional matters.

Competențe transversale:

- creează materiale de promovare - Concepe un conținut atractiv, cum ar fi postări pe blog, mesaje sau campanii pe platformele sociale, pentru a influența deciziile politice, economice sau sociale.

- exercită față de colegi leadership orientat către rezultate - Își asumă rolul de lider în cadrul organizației și față de colegi pentru a oferi îndrumare și a conduce subordonații vizând îndeplinirea de obiective specifice.
- 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.
- stabilește relații cu media - Adoptă o atitudine profesională pentru a răspunde în mod eficient la cererile mass-media.
- practică ascultarea activă - Acordă atenție spuselor altor persoane, înțelege cu răbdare aspectele punctate, adresând întrebări, după caz, și fără să întrerupă în momente nepotrivite; poate să asculte cu atenție nevoile clienților, ale pasagerilor, ale utilizatorilor de servicii sau ale altor persoane și oferă soluții în consecință.

Transversal competences:

- create advocacy material - Design compelling content such as blog posts, messaging or social media campaigns in order to influence political, economic or social decisions.
- exert a goal-oriented leadership role towards colleagues - Embrace a leadership role in the organisation and with colleagues as to provide coaching and direction to subordinates aiming at the achievement of specific objectives.
- give interviews to media - Prepare oneself according to the context and the diversity of media (radio, television, web, newspapers, etc.), and give an interview.
- establish relationship with the media - Adopt a professional attitude to respond effectively to the demands of the media.
- listen actively - Give attention to what other people say, patiently understand points being made, asking questions as appropriate, and not interrupting at inappropriate times; able to listen carefully the needs of customers, clients, passengers, service users or others, and provide solutions accordingly.

a) Cunoștințe:

- cunoașterea aprofundată a principalelor tematici în domeniul de lobby;
- cunoașterea de arii conceptuale în domeniul activităților de lobby;
- cunoașterea aprofundată a politicilor publice;
- cunoașterea aprofundată a proceselor de advocacy;
- înțelegerea bazelor teoretice pe care se întemeiază sfera publică;
- înțelegerea bazelor teoretice pe care se întemeiază principalii actori ai sferei publice;
- cunoașterea arhitecturii instituționale, în plan regional și global, pe care se sprijină procesele de lobby;
- cunoașterea din perspectivă istorică a dinamicii mediului de lobby;
- cunoașterea sferei publice;
- capacitatea de analiză a planurilor de afaceri;
- cunoașterea substraturilor paradigmatică aferente politicilor publice;
- cunoașterea și înțelegerea contextelor instituționale ce influențează politicile publice;
- cunoștințe aprofundate în zona literaturii de specialitate relevantă domeniului;
- cunoașterea punctuală a cadrului juridic ce reglementează activitățile de lobby și advocacy;
- cunoașterea resorturilor ideologic-doctrinare ce pot modela forma politicilor publice;
- cunoașterea oportunităților potențiale pentru obținerea de avantaje economice competitive;
- cunoașterea principiilor ce duc la mobilizarea comunităților pe media socială;
- cunoașterea principiilor ce duc la obținerea unei imagini de ansamblu pe media socială;
- cunoașterea metodelor de comunicare profesionale;
- cunoașterea cerințelor pentru acțiuni de campanie;
- înțelegerea importanței stabilirii unui calendar;
- înțelegerea importanței unor obiective finale bine planificate;
- cunoașterea procedurilor necesare pentru o campanie politică;
- cunoașterea procedurilor necesare pentru o campanie promoțională;
- înțelegerea factorilor necesari pentru crearea de conținut;
- cunoașterea factorilor necesari pentru influențarea deciziilor prin materiale de promovare;
- înțelegerea importanței leadershipului orientat spre rezultate;
- înțelegerea importanței și a cerințelor asumării de leadership în cadru organizațional;
- cunoașterea cerințelor necesare pentru oferirea unui interviu;
- cunoașterea importanței mobilizării rețelelor;
- cunoașterea importanței relaționării cu rețele de suporteri;
- cunoașterea factorilor ce fac posibilă o comunicare corectă;
- cunoașterea importanței comunicării cu diferiți interlocutori;
- cunoașterea principiilor necesare pentru cercetarea factorilor externi;

- cunoașterea modalităților de gestionare a relațiilor publice;
- cunoașterea principiilor esențiale ale consilierii în imaginea publică;
- cunoașterea factorilor ce țin de consumatori;
- cunoașterea factorilor ce țin de concurenți;
- cunoașterea factorilor ce țin de situația politică;
- cunoașterea diferitelor tipuri de canale de comunicare;
- cunoașterea importanței înțelegerii a diferitelor culturi.

a) Knowledge:

- in-depth knowledge of the main themes in the lobby field;
- knowledge of conceptual themes within lobby activities;
- in-depth knowledge of public policy;
- in-depth knowledge of advocacy processes;
- understanding of the theoretical bases of the public sphere;
- understanding of the theoretical bases of the main actors part of the public sphere;
- knowledge of institutional architecture, both regional and global, which is at the base of lobbying;
- historical knowledge of the lobbying dynamic;
- knowledge of the public sphere;
- ability to analyse business plans;
- knowledge of paradigmatic substrata which are linked to public politics;
- knowledge and understanding of institutional contexts which influence public policies;
- deep knowledge of speciality literature relevant to the field;
- the specific knowledge of the juridical frame which regulates lobby and advocacy activities;
- knowledge of the ideological-doctrinal means which can shape public politics;
- knowledge of potential opportunities for obtaining competitive economic advantages;
- knowledge of principles which lead to the mobilisation of communities on social media;
- knowledge of principles which lead to obtaining a general image on social media;
- knowledge of professional communication methods;
- understanding the importance of preparing a calendar;
- understanding the importance of well-planned final objectives;
- knowledge of the procedures necessary for a political campaign;
- knowledge of the procedures necessary for a promotional campaign;
- understanding of the necessary factors for creating content;
- knowledge of the necessary factors for influencing decision making through promotional materials;
- understanding the importance of results-oriented leadership;
- understanding the importance and requirements of leadership in an organisational context;
- knowledge of the necessary requirements for offering an interview;
- knowledge of the importance of mobilising networks;
- knowledge of the importance of communicating with networks of supporters;
- knowledge of the factors which make possible a correct communication;
- knowledge of communication with different interlocutors;
- knowledge of the main principles for researching external factors;
- knowledge of the means of managing public relations;
- knowledge of the essential principles of counselling in the public image;
- knowledge of factors related to consumers;
- knowledge of factors related to competition;
- knowledge of the factors related to the political situation;
- knowledge of different types of communication channels;
- knowledge of the importance of understanding different cultures.

b) Abilități:

- abilități de gândire sistemică în chestiuni domeniiale relevante;
- reflecție critică în chestiuni domeniiale relevante;
- aplicarea cunoștințelor dobândite prin procesele de educație formală în munca în echipă;
- aplicarea cunoștințelor dobândite prin procesele de educație formală în gestionarea conflictelor între grupuri;
- aplicarea cunoștințelor dobândite prin procesele de educație formală în mediere;
- aplicarea cunoștințelor în inițiative comunitare;
- abilitatea de identifica și folosi informații într-o manieră optimă;

- utilizarea informațiilor într-un mod transparent și etic în acord cu obiective legitime asumate;
- abilități de inovare în domeniile de activitate relevante;
- asumare a competitivității;
- abilitatea de elaborare a unei strategii de relații publice;
- abilități de comunicare în contexte socio-culturale diferite;
- abilități de relaționare în medii puternic concurențiale;
- abilitatea de a gestiona situații problematice în contexte instituționale diferite;
- abilitatea de a sesiza cauzalități și consecințe în contextul implementării unor programe cadru;
- abilitatea de a selecta informație relevantă din literatură de specialitate;
- capacitatea de a selecta informații relevante din regulamente;
- capacitatea de selectare a informațiilor relevante din texte legislative;
- abilitatea de a implementa eficient proiecte asumate instituțional;
- abilitatea de gestionare legitim informații confidențiale;
- abilitatea de a distinge între informații valide și dezinformare;
- abilitatea de a construi și a respecta o cultură proprie a deontologiei;
- abilitatea de a rezista în fața tentațiilor non-etice și de a promova principiile moderației;
- abilitatea de a evita poziționările axiologice tranșante;
- abilitatea de a păstra o ținută obiectivă, nealinată, în contexte de presiune psihologică sau ideologică;
- abilitatea de a atrage participarea clienților existenți sau potențiali pe media socială;
- abilitatea de înțelegere rapidă a temelor importante pe media socială;
- abilitatea de înțelegere rapidă a opiniilor pe media socială;
- abilitatea de gestionare a noutăților pe media socială;
- abilitatea de gestionare a solicitărilor pe media socială;
- abilitatea de a comunica și a prezenta o imagine pozitivă pentru mass-media;
- abilitatea de a comunica și a prezenta o imagine pozitivă pentru sponsori potențiali;
- capacitatea de a organiza acțiuni de campanie;
- abilitatea de a atinge obiective;
- abilitatea de a organiza procedural o campanie politică;
- abilitatea de a organiza procedural o campanie de promovare;
- abilitatea de a organiza un calendar fezabil pentru atingerea obiectivelor unei campanii;
- abilitatea de a concepe un conținut atractiv;
- capacitatea de a crea materiale de promovare ce pot influența decizii din diferite domenii;
- capacitatea de a oferi îndrumare pentru subordonați;
- capacitatea de a conduce o echipă pentru îndeplinirea obiectivelor;
- abilitatea de utilizare a diferitelor mijloace de comunicare în masă pentru un interviu;
- abilitatea de a coordona relații cu rețele de suporteri;
- abilitatea de a gestiona rețele;
- abilitatea de a utiliza tehnici de comunicare în scopul înțelegerii reciproce;
- abilitatea de a utiliza tehnici de comunicare în scopul transmiterii corecte a mesajelor;
- capacitatea de a cerceta factori ce țin de consumatori;
- capacitatea de a analiza factori ce țin de poziția pe piață;
- capacitatea de a analiza potențialul concurențial;
- capacitatea de a cerceta și analiza situația politică;
- capacitatea de gestionare eficientă a difuzării informațiilor;
- capacitatea de a desfășura în mod eficient activități de relații publice;
- abilitatea de a concepe planuri de comunicare internă;
- abilitatea de a pune în aplicare planuri de comunicare internă;
- abilitatea de a utiliza în mod eficient strategii de comunicare la nivel intern;
- abilitatea de a utiliza în mod eficient strategii de comunicare;
- abilitatea de a organiza prezența online a unei organizații;
- abilitatea de planificare a strategiilor de relații publice;
- abilitatea de pregătire a comunicărilor;
- abilitatea de difuzare a informațiilor către părți interesate;
- abilitatea de a defini obiective clare în strategia de relații publice;
- abilitatea de a vorbi în public;
- abilitatea de a organiza prezentări publice;
- abilitatea de a pregăti planuri și informații pentru a sprijini prezentarea;
- abilitatea de a interacționa în mod eficient;

- abilitatea de a reflecta asupra misiunii și viziunii societății;
- abilitatea de a reflecta asupra valorilor unei societăți;
- abilitatea de a utiliza fundația normativă a unei societăți în activitate;
- abilitatea de a oferi consiliere unui client legat de imaginea sa publică;
- abilitatea de a oferi consiliere legat de prezentarea imaginii și câștigarea opiniei publice;
- abilitatea de a consilia utilizarea imaginii în fața publicului țintă;
- abilitatea de a oferi consiliere organizațiilor legat de gestionarea relațiilor publice;
- abilitatea de a oferi consiliere organizațiilor legat de strategii de comunicare cu publicul țintă;
- abilitatea de a oferi consiliere organizațiilor legat de transmiterea adecvată a informațiilor;
- abilitatea de pregătire în funcție de context pentru oferirea de informații;
- abilitatea de ținere cont de multiplele mijloace de comunicare în masă legat de oferirea de informații;
- abilitatea de a organiza conferințe de presă pentru a oferi informații;
- capacitatea de a se documenta în sprijinul informării unui public specific;
- abilitatea de a lua măsuri necesare legat de culegerea de informații și de redactare a lor;
- abilitatea de a transmite un mesaj coerent;
- abilitatea de a dezvolta relații profesionale cu mass-media;
- abilitatea de a analiza procesele de afaceri;
- abilitatea de a aplica cunoștințe legate de comportamentul de grup;
- abilitatea de aplicare a cunoștințelor legate de tendințele sociale;
- abilitatea de aplicare a cunoștințelor legate de evoluția dinamicii sociale;
- abilitatea de a conștientiza diferențele culturale;
- capacitatea de a facilita interacțiuni pozitive între indivizi, grupuri sau organizații din culturi diferite;
- abilitatea de a mobiliza resurse;
- abilitatea de a monitoriza progresele planurilor operaționale;
- abilitatea de a evalua gradul de atingere a obiectivelor strategice;
- abilitatea de a studia o cultură străină;
- abilitatea de aplicare a cunoștințelor de afaceri;
- abilitatea de a obține avantaje competitive pe termen lung;
- abilitatea de a utiliza oportunități în domeniul de afaceri;
- abilitatea de a efectua ajustări pe parcurs în cadrul unui plan;
- capacitatea de a gestiona în mod eficient relații publice;
- capacitatea de a transmite adecvată a informațiilor deținute;
- abilitatea de a aborda cu tact aspectele punctate;
- abilitatea de a ține cont de nevoile interlocutorilor în funcție de context;
- capacitatea de menținere a unui sistem de comunicare internă.

b) Abilities:

- abilities of systemic thinking in relevant aspects pertaining to the field;
- critical reflection in relevant issues;
- applying knowledge obtained through formal education into teamwork;
- applying knowledge obtained through formal education in approaching conflicts between groups;
- applying knowledge obtained through formal education in mediation;
- applying knowledge in community-centred initiatives;
- ability to identify and use information in an optimal manner;
- the use of information in a transparent and ethical manner in accordance with stated objectives;
- the ability to innovate in relevant activity fields;
- commitment to competitiveness;
- creation of a public relations strategy;
- ability to communicate in different socio-cultural contexts;
- ability to make connections in strongly competitive environments;
- ability to manage problematic situations within different institutional contexts;
- ability to observe casualties and consequences in the context of implementing programs;
- ability to select relevant information from speciality literature;
- capacity to select relevant information from existing regulations;
- capacity to select relevant information from legislative texts;
- ability to efficiently implement projects undertaken by institutions;
- ability to legitimately handle confidential information;
- ability to distinguish between valid information and disinformation;

- ability to build and respect an own culture of deontology;
- ability to resist non-ethical temptations and to promote the principles of moderation;
- ability to avoid trenchant axiological positionings;
- ability to maintain an objective, unaligned posture, in the contexts of psychological or ideological pressure;
- ability to attract the participation of existent or potential clients on social media;
- ability to rapidly understand important issues on social media;
- ability to rapidly understand opinions on social media;
- ability to manage novelties on social media;
- ability to manage demands on social media;
- ability to communicate and present a positive image for mass-media;
- ability to communicate and present a positive image for potential sponsors;
- capacity for organising campaign actions;
- ability to reach objectives;
- ability to procedurally organise a political campaign;
- ability organise a feasible calendar for attaining the objectives of a campaign;
- ability to conceptualise attractive content;
- capacity to create promotional materials which can influence decisions in various fields;
- capacity to offer guidance to underlings;
- capacity to lead a team for attaining objectives;
- ability to use different means of mass-communication for an interview;
- ability to coordinate relations with networks of supporters;
- ability to manage networks;
- ability to use communication techniques for the purpose of mutual understanding;
- ability to use communication techniques for the purpose of correctly transmitting messages;
- ability to research factors related to consumers;
- ability to research factors related to market positions;
- capacity to analyse competition potential;
- capacity to research and analyse the political situation;
- capacity to efficiently manage the efficient spread of information;
- capacity to efficiently undertake activities related to public relations;
- ability to conceive plans of internal communication;
- ability to efficiently apply communication strategies at an internal level;
- ability to efficiently use communication strategies;
- ability to manage the online presence of a company;
- ability to plan public relations strategies;
- ability to prepare communications;
- ability to relay information to interested parties;
- ability to define clear objectives related to public relations strategy;
- ability to speak in public;
- ability to organise public presentations;
- ability to prepare plans and informations in support of a presentation;
- ability to interact efficiently;
- ability to reflect upon a social mission and vision;
- ability to reflect on the values of a society;
- ability to use the normative foundation of a society in one's activity;
- ability to offer counselling to a client related to the client's public image;
- ability to offer counselling related to the presentation of an image and winning over public opinion;
- ability to offer counselling related to the use of an image before a target-audience;
- ability to counsel organisations on the management of public relations;
- ability to counsel organisations related to communication strategies with the target-audience;
- ability to counsel organisations on the adequate spread of information;
- ability to prepare depending on context for offering information;
- ability to take into account the multiple means of mass communication related to providing information;
- ability to organise press conferences and provide information;
- capacity to document oneself in pursuit of providing information to a specific audience;
- ability to take necessary measures related to gathering information and drafting said information;
- ability to transmit a coherent message;
- ability to develop professional relations with the mass-media;

- ability to analyse business processes;
- ability to apply knowledge related to group behaviour;
- ability to apply knowledge related to social tendencies;
- ability to acknowledge cultural differences;
- ability to facilitate positive interactions among individuals, groups and organisations from different groups;
- ability to mobilise resources;
- ability to monitor the progress of operational plans;
- ability to evaluate the degree of attaining strategic objectives;
- ability to study a foreign culture;
- ability to apply knowledge of business;
- ability to obtain long-term competitive advantages;
- ability to utilise opportunities in the business environment;
- ability to make gradual adjustments to a plan;
- capacity for managing public relations in an efficient manner;
- capacity for adequately transmitting information;
- ability to tactfully approach aspects;
- ability to consider the needs of interlocutors depending on context;
- ability to maintain a system of internal communication.

c) Responsabilitate și autonomie:

- capacitatea de implicare autonomă și responsabilă în procese relevante din punct de vedere comunitar;
- formarea gândirii strategice și a orientării spre obiective clar circumscrise;
- responsabilitate socială și asumarea unui comportament etic la locul de muncă;
- dezvoltarea unor resurse de leadership în câmpul muncii/sfera de activitate;
- autonomie decizională în contexte profesionale specifice;
- responsabilități asumate în direcția componentei etice a politicilor publice;
- responsabilități în direcția evaluării riguroase a impactului pe care anumite politici publice le pot avea în mediul socio-economic;
- responsabilitate asumată în direcția acțiunilor colaborative atunci când există mai multe părți legitim co-interesate;
- autonomie în fața eventualelor presiuni venite din partea unor grupuri de interese;
- autonomie profesională în baza unei identități deontologice clar asumate;
- responsabilitate față de cultura organizațională și uzanțele legitime din câmpul muncii.

c) Responsibility and autonomy:

- the capacity for autonomous and responsible involvement in community-relevant processes;
- the formation of strategic thinking and orientation towards clearly stated objectives;
- social responsibility and commitment to an ethical behaviour in the workplace;
- developing leadership resources within the work field;
- decision-making autonomy in specific professional contexts;
- assumed responsibilities related to the ethical component of public policies;
- responsibilities related to the rigorous evaluation of the impact certain public policies can have on the socio-economic environment;
- autonomy in the face of potential pressures coming from interest groups;
- professional autonomy on the basis of a clearly stated deontological identity;
- the responsibility towards the organisational culture and legitimate uses in the work field.

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 2024-2025) <i>1st year of study (2024-2025 academic year)</i>									
1	Tehnici de documentare, monitorizare și cercetare în advocacy	28	14	-	-		-	7	-

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>
	<i>Documentation, monitoring and research techniques in advocacy</i>								
2	Introducere în advocacy <i>Introduction to advocacy</i>	28	14	-	-		-	6	-
3.	Societate civilă și lobby <i>Civil society and lobbying</i>	28	14	-	-		-	6	-
4.	Elemente de drept pentru profesioniștii în lobby și advocacy <i>Elements of law for lobbying and advocacy professionals</i>	14	14	-	-		-	6	-
5.	Etica cercetării <i>Research ethics</i>	14	-	-	-		-	2	-
6.	Internship 1 <i>Internship 1</i>	-	28	-	-		-	3	-
7.	Management de proiect <i>Project management</i>	28	14	-	-	-		-	6
8.	Istoria eticii politice în Europa <i>History of political ethics in Europe</i>	14	14	-	-	-		-	6
9.	Modele de argumentare a politicilor publice <i>Public policy argumentation models</i>	28	28	-	-	-		-	7
10.	Internship 2 <i>Internship 2</i>	-	42	-	-	-		-	5
11.	Guvernanță globală transnațională. Repere istorice <i>Transnational global governance. Historical landmarks</i>	28	28	-	-	-		-	6
12.	Voluntariat 1 <i>Volunteering 1</i>	-	14	-	-		-	2	-
13.	Voluntariat 2 <i>Volunteering 2</i>	-	14	-	-	-		-	2
Promovat cu media ⁴⁾ : <i>Pass, average grade per academic year:</i>		Total credite: <i>Total ECTS/SECT credits:</i>							
Anul II (anul universitar 2025-2026)									
<i>2nd year of study (2025-2026 academic year)</i>									
1	Abordarea sistemică a proceselor de advocacy <i>Systemic approach to advocacy processes</i>	14	14	-	-		-	7	-
2	Policy papers <i>Policy papers</i>	28	-	-	-		-	6	-
3.	Politici fiscale <i>Tax policies</i>	14	14	-	-		-	4	-
4.	Managementul organizațiilor publice și gestiunea organizațiilor neguvernamentale <i>Management of public organisations and management of non-governmental organisations</i>	14	14	-	-		-	5	-
5.	Internship 3 <i>Internship 3</i>	-	56	-	-		-	4	-
6.	Construirea și managementul coalițiilor <i>Coalition building and management</i>	28	-	-	-		-	4	-
7.	Grupuri de interese în UE	28	-	-	-	-		-	6
8.	Comunicare publică și advocacy	28	-	-	-	-		-	6
9.	Cetățenie activă și human rights în advocacy	28	-	-	-	-		-	6
10.	Leadership și tehnici de negociere	28	-	-	-	-		-	3
11.	Internship 4 <i>Internship 4</i>	-	56	-	-	-		-	6
12.	Metodologia elaborării disertației <i>Methodology of dissertation writing</i>	-	28	-	-	-		-	3
13.	Voluntariat 3 <i>Volunteering 3</i>	-	14	-	-		-	2	-
14.	Voluntariat 4	-	14	-	-	-		-	2

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>
	<i>Volunteering 4</i>								
Promovat cu media ⁴⁾ : <i>Pass, average grade per academic year:</i>		Total credite: <i>Total ECTS/SECT credits:</i>							
Promovat: <i>Pass:</i>		Media aritmetică a anilor de studii ⁵⁾ : <i>The arithmetic mean of the study years:</i>		Total credite: <i>Total ECTS/SECT credits:</i>					

Sistemul de notare și, dacă sunt disponibile, informații privind distribuția statistică a notelor

Grading scheme and, if available grade distribution guidance

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 Studii de securitate, programul de studii Studii de securitate globală 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 Security studies, study programme in Global security studies, 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

5.1

--

Alte surse pentru obținerea mai multor informații

Further information sources

5.2

Universitatea de Vest din Timișoara Bd. Vasile Pârvan nr. 4, Timișoara, 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)

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

Access to further study (after passing the final examination)

6.1

STUDII UNIVERSITARE DE DOCTORAT

DOCTORAL STUDIES

Statutul profesional (dacă este cazul)

Professional status (if applicable)

6.2

--

7. LEGALITATEA SUPLIMENTULUI

CERTIFICATION OF THE SUPPLEMENT

Funcția

Position

Semnătura

Signature

Funcția

Position

Semnătura

Signature

7.1

Rector Rector Prof. univ. dr. Marilen Gabriel PIRTEA	
---	--

7.2

Secretar șef universitate University Registrar Ramona-Maria PUIU	
---	--

7.3

Decan	
--------------	--

Secretar șef facultate	
-------------------------------	--

Dean
Lect. univ. dr. Alexandru
JĂDĂNEANT

⁶⁾Nr. și data eliberării

No., and dated.

7.5

/

Acest document conține un număr de 15 pagini.

This document contains a number of 15 pages.

Faculty Registrar
Mihaela SABĂU

Ștampila sau sigiliul oficial

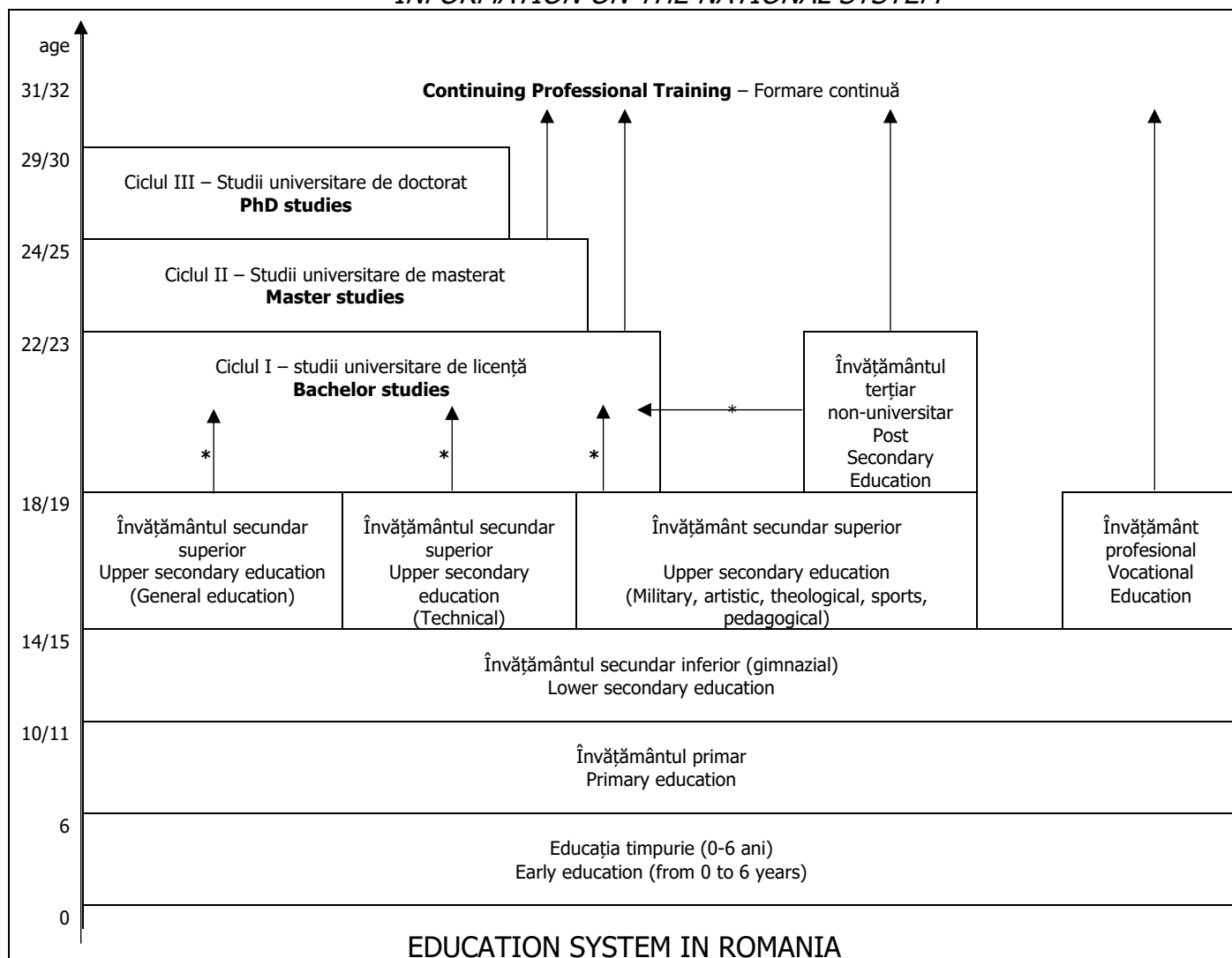
Official stamp or seal

7.6

L. S.

- 1) Denumirea ministerului și a instituției de învățământ superior care a asigurat școlarizarea și care eliberează suplimentul la diplomă.
 - 1) Name of ministry and 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 aritmetică a anilor de studii, cu două zecimale, fără rotunjire.
 - 5) The arithmetic mean of the study years 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.*
- Punctul 4.3 „Detalii privind programul absolvit (conform registrului matricol al facultății, volumul nr. .../...)” va fi completat cu durata corespunzătoare.
- The point 4.3 'Programme details and the individual grades/marks/ECTS/SECT credits obtained (according to Faculty Student Records, volume no. .../...)' will be completed with the appropriate duration of university master's program or with the duration of regulated professions.*

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*