

SUPLEMENT EUROPASS LA DIPLOMĂ EUROPASS DIPLOMA SUPPLEMENT

1. DATE DE IDENTIFICARE A TITULARULUI INFORMATION IDENTIFYING THE HOLDER

Nume Family name(s)	Prenume Given name(s)
1.1	1.2
Data nașterii (zi/luna/an) Date of birth (day/month/year)	Număr matricol/Cod de identificare al studentului (dacă e cazul) Student enrollment number / Student identification code (if applicable)
1.3 / /	1.4

2. INFORMAȚII PRIVIND CALIFICAREA INFORMATION IDENTIFYING THE QUALIFICATION

Denumirea calificării și (dacă este cazul) titlul acordat Name of qualification and title awarded (if applicable)	Domeniul(ile) de studiu Field(s) of study
2.1	2.2
Numele și statutul instituției care acordă diploma Name and status of awarding institution	Numele și statutul instituției care administrează studiile (dacă diferă de 2.3) Name and status of institution administering studies (if different from 2.3)
2.3	2.5
Limba(ile) de studiu / examinare Language(s) of instruction / examination	
2.4	

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

Nivelul calificării Level of qualification	Durata oficială a programului de studii Official length of the programme of study
3.1	3.2
Criterii de admitere Access requirement(s)	
3.3	

4. INFORMAȚII PRIVIND PROGRAMUL DE STUDII ȘI REZULTATELE OBȚINUTE
INFORMATION ON THE STUDY PROGRAM AND RESULTS GAINED

Forma de învățământ

Mode of study

4.1 **ÎNVAȚĂMÂNT LA DISTANȚĂ (ID)**
DISTANCE LEARNING

Cerințele programului

Learning outcomes of the study program

4.2 Competențe profesionale:

- consultă surse de informare
- interviuează persoane
- utilizează tehnici de scriere specifice
- urmărește știrile
- scrie cu respectarea termenului-limită
- stabilește contacte pentru a menține fluxul de informații
- aplică reguli de gramatică și ortografie
- urmează un cod de conduită etică al jurnaliștilor
- descrie contextul subiectelor de actualitate
- conștientizează dimensiunea interculturală
- observă noile evoluții din străinătate
- asigură coerența articolelor publicate
- se adaptează în funcție de tipul de mass-media
- respectă termenele
- respectă planul de lucru
- prezintă argumente în mod convingător
- revizuieste articole nepublicate
- caută în baze de date
- verifică text
- face cercetare de fond referitor la tema creației scrise
- execută editare video
- gestionează conținut online
- editează imagini
- administrează site-uri web
- creează conținut de știri pentru mediul online
- editează înregistrări sonore
- editează fotografii

Competențe transversale

- gândește analitic
- se adaptează la schimbare
- respecta diversitatea valorilor și a normelor culturale
- lucrează în echipe
- se adresează unui public

2431.4 - brand manager

- implementează strategii de marketing
- analizează date
- efectuează cercetare de piață
- identifică nevoile clienților

2432.9.1 - purtător de cuvânt

- elaborează strategia mediatică
- oferă consiliere în ceea ce privește imaginea publică
- redactează comunicate de presă
- organizează conferințe de presă

Core competencies

- consult information sources
- interview people
- use specific writing techniques
- follow the news
- write to a deadline
- build contacts to maintain news flow
- apply grammar and spelling rules
- follow ethical code of conduct of journalists
- provide context to news stories
- show intercultural awareness
- observe new developments in foreign countries

- ensure consistency of published article
 - adapt to type of media
 - meet deadlines
 - follow work schedule
 - present arguments persuasively
 - review unpublished articles
 - search in databases
 - check stories
 - conduct background research on writing subjects
 - perform video editing
 - manage online content
 - edit photographs
 - manage website
 - create online news content
 - edit recorded sound
 - edit photographs
- Transversal competencies*
- think analytically
 - adapt to change
 - respect the diversity of cultural values and norms
 - work as a team
 - address an audience

2431.4 - brand manager

- implement marketing strategies
- perform data analysis
- conduct market research
- customer insight

2432.9.1 - spokesperson

- create media plan
- advise on public image
- draft press releases
- organise press conferences

Rezultatele învățării Cunoștințe

Studentul/Absolventul:

- C.1.1. identifică principalele arii de cercetare în științe ale comunicării - comunicatori, structuri instituționale, organizații, conținut, canal, public/audiențe, efecte;
- C.1.2. reproduce metodologia teoretică utilizată în cercetarea științifică, constând în efectuarea de cercetări de fond, construirea unei ipoteze și testarea acesteia sau formularea unor întrebări de cercetare, analiza datelor, prezentarea rezultatelor și formularea de concluzii în raport cu nivelul cunoașterii existente;
- C.1.3. diferențiază între principalele abordări metodologice în domeniul științei ale comunicării – metode cantitative, metode calitative, abordări retorice, discursive și mixte.

Studentul/Absolventul:

- C.2.1. identifică principalele teorii, modele și elemente ale comunicării directe și mediate tehnologic, în contextul comunicării de masă și comunicării mediate de computer;
- C.2.2. identifică concepte referitoare la public și audiența mass-media, metode de măsurare, precum și indicatori de audiență specifici canalului tehnologic de comunicare mediatică;
- C.2.3. identifică structurile de proprietate, mecanismele de control, modele de producție și distribuție specifice sistemelor mass media;
- C.2.4. identifică elementele care joacă un rol în procesul de formare a opiniei publice, prin care percepțiile și opiniile față de o chestiune în discuție publică sunt formate și întărite, cum ar fi cadrulul informațiilor, tendințele și interesele publicului, procesele psihice și conformismul.

Studentul/Absolventul:

- C.3.1. distinge între diferite tipuri de conținuturi și moduri de expresie (text, fotografie, audio, video) și tipuri de canale media: presa tipărită, televiziunea, radioul, cinematografia, presa online, platformele digitale, aplicațiile mobile;
- C.3.2. indică norme gramaticale care reglementează formularea de enunțuri, expresii și ortografierea cuvintelor.
- C.3.3. identifică tehnici de redactare sau structurarea a conținutului (narrative, descriptive, expozitive, argumentative sau persuasive) și principii de retorică sau compunere a mesajelor ce vizează îmbunătățirea capacității scriitorilor și vorbitorilor de a informa, convinge sau motiva publicul;
- C.3.4. distinge caracteristicile și funcționarea programelor software pentru sarcini de birou, cum ar fi prelucrarea textului, foi de calcul, prezentări, e-mail și baze de date, sisteme de gestiune de conținut, programe destinate editării, structurării conținutului destinat publicării sau difuzării.

Studentul/Absolventul:

C.4.1. clasifică diferitele surse de informare în diferite categorii (cum ar fi date primare și secundare) și pe baza conținutului acestora, a caracteristicilor materiale, a autorilor etc.;

C.4.2. diferențiază între probleme sau formulări descriptive și probleme sau formulări prescriptive în contextul evaluării afirmațiilor în comunicarea profesională;

C.4.3. diferențiază între tipuri de narațiuni, tipuri de raționamente, elemente de logică, teoria argumentării și retorică sau discurs public pentru a clasifica perspective diferite, respectiv evalua argumente în contextul comunicării profesionale.

Studentul/Absolventul:

C.5.1. identifică modele utilizate pentru luarea deciziilor etice sau raționamente morale în problemele din domeniul comunicării;

C.5.2. identifică normele profesionale în raport cu rolul asumat în comunicarea publică;

C.5.3. identifică legislația privind comunicarea publică în mass-media, legislația presei, reglementările aplicabile comunicării audio-vizuale, legislația privind drepturile de autor, legislația privind comunicarea publică și privată pe platformele digitale, elemente de legislație în domeniul protecției datelor cu caracter personal.

Studentul/Absolventul:

C.6.1. identifică principiile relațiilor publice și managementului reputației și factorii de influență asupra percepțiilor părților interesate sau asupra categoriilor de public în raport cu o organizație, cu marca (brandul) acesteia sau în raport cu o persoană;

C.6.2. diferențiază între strategiile și design-urile de comunicare specifice diferitelor contexte de comunicare organizaționale sau situaționale (comunicarea în situații de risc, în situații de criză, pentru producția schimbării sociale, pentru elaborarea politicilor publice, a politicilor interne etc.).

Studentul/absolventul dobândește cunoștințele necesare pentru evaluarea critică a definițiilor relațiilor publice, a publicurilor, a modelelor de comunicare, a textelor de relații publice, precum și înțelegerea cadrului teoretic al unei campanii de relații publice.

Studentul/absolventul dobândește cunoștințe legate de modul în care funcționează principalele instituții românești.

Studentul/absolventul dobândește cunoștințe legate de modul în care funcționează principalele instituții europene și organizații internaționale.

Studentii/absolvenții dobândesc cadrul teoretic și practic pentru însușirea elementelor de compoziție și a regulilor specifice designului de presă scrisă și online.

Studentul/absolventul dobândește cunoștințe de redactare și de comunicare în limba engleză/franceză.

Studentul/absolventul identifică și utilizează limbajul producției publicitare audio-video, a metodelor de gândire critică și a cunoștințelor de specialitate din domeniul publicității.

Studentii/absolvenții dobândesc cadrul teoretic și practic pentru însușirea elementelor de compoziție și a regulilor specifice de redactare în jurnalismul de radio.

Studentul/absolventul utilizează limbajul specific și cunoștințele de specialitate din domeniul TV.

Studentul/absolventul dobândește cunoștințe de redactare și de comunicare în limba engleză/franceză.

Studentul/absolventul se va familiariza cu mediul de lucru dintr-o redacție / firmă de comunicare publică/ dintr-un departament de comunicare. Studentul/absolventul identifică conținuturi corespunzătoare normelor specifice din domeniu.

Studentul/absolventul dobândește cunoștințe, competențe și abilități practice de realizare a unor componente media digitale și produse media digitale.

Studentul/absolventul identifică diferitele genuri/specii jurnalistice din presa scrisă tipărită și online.

Studentul/absolventul dobândește abilitatea de a identifica și utiliza elementele de compoziție specifice genurilor jurnalistice radio de o mai mare complexitate față de știre.

Studentul/absolventul utilizează cunoștințele de specialitate specifice dezvoltării digitale a domeniului TV.

Studentul/absolventul cunoaște evoluția comunicării de masă în spațiul cultural românesc, precum și evoluția profesiei de jurnalist în România.

Studentul/absolventul dobândește cunoștințe și abilități practice avansate despre modalitățile de colectare a datelor din spațiul online și din baze de date online.

Studentul/absolventul dobândește abilitatea de a identifica și utiliza elementele de compoziție specifice genurilor jurnalistice TV de o mai mare complexitate față de știre.

Studentul/absolventul obține cunoștințe, competente și abilități practice privind lucrul cu aparatul foto/ telefonul mobil în practica jurnalistică.

Studentul/absolventul dobândește cunoștințele necesare pentru a analiza și a evalua mediul de marketing.

Studentul/absolventul dezvoltă capacitatea de analizare, evaluare și înțelegere a raporturilor dintre marketing, jurnalism, relații publice și publicitate.

Studentul/absolventul dobândește cunoștințele necesare analizării și evaluării unor conținuturi mass-media și de rețele de socializare în vederea depistării elementelor de dezinformare, manipulare și propagandă.

Studentul/absolventul cunoaște valorile specifice activităților sportive și le folosește în conceperea unor conținuturi jurnalistice din sfera sportului.

Cunoaște etapele producției unui podcast și tipurile de formate audio; înțelege principiile comunicării audio

Studentul/absolventul dobândește cunoștințele necesare evaluării și înțelegerii unor studii științifice în vederea utilizării lor ca suport de documentare pentru diferite tipuri de produse media

Studentul/absolventul dobândește cunoștințe teoretice privind genurile de opinie în jurnalism (comentariu, editorial, analiză, pamflet etc.), particularitățile stilistice, structura argumentativă și rolul opiniei în presa democratică.

Studentul/absolventul dobândește abilitățile necesare pentru realizarea unei emisiuni radiofonice.

Studentul/absolventul dobândește abilitățile necesare pentru realizarea unei emisiuni TV.

Studentul/absolventul dobândește instrumentele de lucru, de planificare, documentare și realizare a anchetelor jurnalistice.

Studentul/absolventul identifică modul în care informația de presă este folosită și transformată în fluxurile agențiilor de presă. Studentul/absolventul înțelege modul în care funcționează o redacție de presă scrisă, tipărită și/sau online, precum și caracteristicile antreprenoriale ale realizării unui astfel de produs.

Studentul/absolventul analizează, extrage și organizează date în vederea prezentării lor sub formă vizuală. Înțelege funcționarea organizațiilor media, ONG-urilor și activității freelance; Cunoaște concepte-cheie de management, legislație și finanțare.

Studentul/absolventul dobândește cunoștințele necesare pentru a analiza critic regimurile totalitare prin înțelegerea originilor lor ideologice și culturale, a mecanismelor de propagandă, represiune și control social, precum și a impactului acestora asupra comunicării publice, presei, culturii și societății

Studentul/absolventul dobândește noțiuni de bază precum regizor de emisie, regizor artistic, producător TV, desfășurător al jurnalului.

Studentul/absolventul dobândește abilitățile necesare pentru a înțelege ideologiile politice contemporane.

Studentul/absolventul cunoaște modul de realizare a unei emisiuni de dezbatere TV

Studentul/absolventul dobândește abilități de prelucrare a datelor (text și imagine) într-o formă grafică pentru optimizarea comunicării vizuale a unui conținut media.

Studentul/absolventul dobândește cunoștințele necesare pentru a desfășura activități de jurnalist corespondent în zone de conflict.

Cunoaște principiile de bază ale mișcării și igienei corporale; Înțelege rolul activității fizice în menținerea sănătății și prevenirea bolilor.

Studentul/absolventul cunoaște cadrul legislativ privind drepturile de autor, proprietatea intelectuală și reglementările aplicabile comunicării digitale, incluzând licențele Creative Commons și normele privind reutilizarea conținutului.

Studentul/absolventul dobândește cunoștințele necesare exprimării în limba semnelor române (LSR)

Studentul/absolventul cunoaște conceptele de bază și metodele de creare a conținutului digital multimedia (vizual, video, audio), precum și specificul adaptării acestuia la platformele online și la tipologiile de audiență.

Learning Outcomes

The student/graduate:

- C.1.1. identifies the main areas of research in communication sciences - communicators, institutional structures, organizations, content, channel, public/audiences, effects;*
- C.1.2. reproduces the theoretical methodology used in scientific research, consisting of conducting background research, building a hypothesis and testing it or formulating research questions, analyzing data, presenting results and formulating conclusions in relation to the level of existing knowledge;*
- C.1.3. differentiates between the main methodological approaches in the field of communication sciences - quantitative methods, qualitative methods, rhetorical, discursive and mixed approaches.*

The student/graduate:

- C.2.1. identifies the main theories, models and elements of direct and technologically mediated communication, in the context of mass communication and computer-mediated communication;*
- C.2.2. identifies concepts related to the public and the media audience, measurement methods, as well as audience indicators specific to the technological channel of media communication;*
- C.2.3. identifies the ownership structures, control mechanisms, production and distribution models specific to mass media systems;*
- C.2.4. identifies the elements that play a role in the process of public opinion formation, through which perceptions and opinions on an issue under public discussion are formed and strengthened, such as the framing of information, the tendencies and interests of the public, psychological processes and conformism.*

The student/graduate:

- C.3.1. distinguishes between different types of content and modes of expression (text, photography, audio, video) and types of media channels: print media, television, radio, cinema, online media, digital platforms, mobile applications;*
- C.3.2. indicates grammatical norms that regulate the formulation of statements, expressions and the spelling of words.*
- C.3.3. identifies techniques for writing or structuring content (narrative, descriptive, expository, argumentative or persuasive) and principles of rhetoric or message composition aimed at improving the ability of writers and speakers to inform, convince or motivate the audience;*
- C.3.4. distinguishes the characteristics and functioning of software programs for office tasks, such as word processing, spreadsheets, presentations, e-mail and databases, content management systems, programs designed to edit, structure content intended for publication or dissemination.*

The student/graduate:

- C.4.1. classifies different sources of information into different categories (such as primary and secondary data) and based on their content, material characteristics, authors, etc.;*
- C.4.2. differentiates between descriptive problems or formulations and prescriptive problems or formulations in the context of evaluating statements in professional communication;*
- C.4.3. differentiates between types of narratives, types of reasoning, elements of logic, argumentation theory and rhetoric or public discourse to classify different perspectives, respectively evaluate arguments in the context of professional communication.*

The student/Graduate:

- C.5.1. identifies models used for ethical decision-making or moral reasoning in issues in the field of communication;*

C.5.2. identifies professional norms in relation to the role assumed in public communication;
C.5.3. identifies legislation on public communication in the media, press legislation, regulations applicable to audio-visual communication, copyright legislation, legislation on public and private communication on digital platforms, elements of legislation in the field of personal data protection.
The student/Graduate:
C.6.1. identifies the principles of public relations and reputation management and the factors influencing the perceptions of stakeholders or public categories in relation to an organization, its brand or in relation to a person;
C.6.2. differentiates between communication strategies and designs specific to different organizational or situational communication contexts (communication in risk situations, in crisis situations, for the production of social change, for the development of public policies, internal policies, etc.).

The student/graduate acquires the necessary knowledge for the critical evaluation of public relations definitions, audiences, communication models, public relations texts, as well as understanding the theoretical framework of a public relations campaign.
The student/graduate acquires knowledge related to the way in which the main Romanian institutions function.
The student/graduate acquires knowledge related to the way in which the main European institutions and international organizations function.
Students/graduates acquire the theoretical and practical framework for mastering the elements of composition and the rules specific to print and online media design.
The student/graduate acquires writing and communication skills in English/French.
The student/graduate identifies and uses the language of audio-video advertising production, methods of critical thinking and specialized knowledge in the field of advertising.
The student/graduate acquires the theoretical and practical framework for mastering the elements of composition and specific rules of writing in radio journalism.
The student/graduate uses the specific language and specialized knowledge in the field of TV.
The student/graduate acquires writing and communication skills in English/French.
The student/graduate will become familiar with the working environment in an editorial office / public communication company / communication department. The student/graduate identifies content corresponding to the specific norms in the field.
The student/graduate acquires knowledge, skills and practical abilities to create digital media components and digital media products.
The student/graduate identifies the different journalistic genres/species in the printed and online press.
The student/graduate acquires the ability to identify and use the compositional elements specific to radio journalistic genres of greater complexity than news.
The student/graduate uses the specialized knowledge specific to the digital development of the TV field.
The student/graduate knows the evolution of mass communication in the Romanian cultural space, as well as the evolution of the journalistic profession in Romania.
The student/graduate acquires advanced knowledge and practical skills about the methods of collecting data from the online space and from online databases.
The student/graduate acquires the ability to identify and use the compositional elements specific to TV journalistic genres of greater complexity than news.
The student/graduate acquires knowledge, skills and practical skills regarding working with the camera/mobile phone in journalistic practice.
The student/graduate acquires the necessary knowledge to analyze and evaluate the marketing environment.
The student/graduate develops the ability to analyze, evaluate and understand the relationships between marketing, journalism, public relations and advertising.
The student/graduate acquires the necessary knowledge to analyze and evaluate media and social media content in order to detect elements of disinformation, manipulation and propaganda.
The student/graduate knows the values specific to sports activities and uses them in the design of journalistic content in the field of sports.
Knows the stages of producing a podcast and the types of audio formats; understands the principles of audio communication
The student/graduate acquires the knowledge necessary to evaluate and understand scientific studies in order to use them as documentation support for different types of media products
The student/graduate acquires theoretical knowledge regarding the genres of opinion in journalism (commentary, editorial, analysis, pamphlet, etc.), stylistic particularities, argumentative structure and the role of opinion in the democratic press.
The student/graduate acquires the skills necessary to produce a radio broadcast.
The student/graduate acquires the skills necessary to produce a TV broadcast.
The student/graduate acquires the tools for working, planning, documenting and carrying out journalistic investigations.
The student/graduate identifies how press information is used and transformed in the flows of press agencies.
The student/graduate understands how a written, printed and/or online press editorial office operates, as well as the entrepreneurial characteristics of producing such a product.
The student/graduate analyzes, extracts and organizes data in order to present them in visual form.
Understands the functioning of media organizations, NGOs and freelance activity; Knows key concepts of management, legislation and financing.

The student/graduate acquires the necessary knowledge to critically analyze totalitarian regimes by understanding their ideological and cultural origins, the mechanisms of propaganda, repression and social control, as well as their impact on public communication, the press, culture and society

The student/graduate acquires basic notions such as broadcast director, artistic director, TV producer, news presenter.

The student/graduate acquires the necessary skills to understand contemporary political ideologies.

The student/graduate knows how to produce a TV debate show

The student/graduate acquires data processing skills (text and image) in a graphic form to optimize the visual communication of a media content.

The student/graduate acquires the necessary knowledge to carry out the act journalistic correspondent activities in conflict zones.

Knows the basic principles of movement and body hygiene; Understands the role of physical activity in maintaining health and preventing diseases.

The student/graduate knows the legislative framework regarding copyright, intellectual property and regulations applicable to digital communication, including Creative Commons licenses and rules regarding the reuse of content.

The student/graduate acquires the necessary knowledge to express himself in Romanian Sign Language (RSL)

The student/graduate knows the basic concepts and methods of creating digital multimedia content (visual, video, audio), as well as the specifics of adapting it to online platforms and audience types.

Aptitudini

Studentul/Absolventul:

- A.1.1. redactează un plan de cercetare pe un subiect din domeniul științe ale omunicării;
- A.1.2. aplică metode de colectare a datelor, respectând norme de etică a cercetării și prevederile legale în vigoare;
- A.1.3. aplică metode de cercetare adecvate temei și subiectului de cercetare;
- A.1.4. interpretează rezultatele cercetării în scris și prin grafice, diagrame, tabele;
- A.1.5. discută limitele cercetărilor, evaluând critic gradul de generalizare a concluziilor și propune strategii pentru adâncirea/verificarea suplimentară a acestora

Studentul/Absolventul:

- A.2.1. selectează modelele care explică o situație de comunicare în contextul unei probleme profesionale;
- A.2.2. analizează caracteristicile, nevoile și așteptările publicului-țintă utilizând modele, grile, teste, proceduri și aplicații software adecvate în contextul comunicării publice profesionale;
- A.2.3. adaptează mesajele la diverse situații și categorii sau segmente de public în contextul comunicării profesionale.

Studentul/Absolventul:

- A.3.1. aplică practici de producție potrivite pentru diferite tipuri de conținuturi și moduri de expresie (text, fotografie, audio, video) și tipuri de canale media: presa tipărită, televiziunea, radioul, cinematografia, presa online, platformele digitale, aplicațiile mobile;
- A.3.2. aplică norme de ortografie și gramatică care reglementează formularea de enunțuri sau expresii și ortografierea cuvintelor, asigurând coerența și claritatea în textele redactate sau editate în contexte profesionale;
- A.3.3. aplică principii de retorică sau compunere a mesajelor ce vizează îmbunătățirea capacității scriitorilor și vorbitorilor de a informa, convinge sau motiva publicul;
- A.3.4. utilizează aplicații software pentru compunerea, editarea, formatarea și oricărui tip de material scris sau compunerea și editarea de materiale audiovizuale.

Studentul/Absolventul:

- A.4.1. aplică procese pentru verificarea unor informații în contextul comunicării profesionale;
- A.4.2. descoperă erori în argumentație, cadrele sau scheme de interpretare distincte oferite de diferite surse în contextul comunicării profesionale;
- A.4.3. analizează cuvinte, expresii, semne și simboluri, precum și relația dintre acestea în raport cu conceptele fundamentale ale semioticii și teoriei narative în contextul analizei profesionale a mesajelor media textuale, vizuale, audiovizuale și multimodale;
- A.4.4. interpretează valorile și mesajele ideologice și culturale încorporate în produsele media.

Studentul/Absolventul:

- A.5.1. aplică modele pentru luarea deciziilor etice sau raționamente morale și principiile deontologice sau normele etice care stau la baza organizării și funcționării activităților specifice domeniului științe ale comunicării și modului de organizare a profesiei în probleme din domeniul comunicării, în crearea și distribuirea conținutului pe canale media publice și private;
- A.5.2. evaluează respectarea legislației naționale și europene privind liberul acces la informație, proprietatea intelectuală, drepturile de autor, copyright-ul etc. în procesul comunicării profesionale și în activitățile de informare-documentare.

Studentul/Absolventul:

- A.6.1. evaluează percepția publică, participă în rețele profesionale și inițiază conversații în raport cu o persoană publică, o organizație sau o marcă (brand).

Studentul/Absolventul:

- A.7.1. utilizează instrumente online pentru a comunica și partaja resurse în medii digitale; A.7.2. selectează subiecte comune cu alte persoane pentru facilitarea comunicării în context profesional;
- A.7.3. utilizează persoanele de contact pentru obținerea de informații sau avantaje reciproce în context profesional;
- A.7.4. gestionează sisteme pentru stocarea, selectarea, organizarea, recuperarea, distribuirea și salvagardarea informațiilor și datelor în contexte profesionale;
- A.7.5. utilizează instrumente digitale pentru organizarea, colectarea, stocarea, extragerea, arhivarea și prelucrarea datelor, informațiilor și conținutului digital.

Studentul/absolventul este capabil să identifice publicurile unei organizații, să cunoască etapele unei campanii de relații publice, precum și strategiile și etapele comunicării de criză.

Studentul/absolventul are capacitatea de a folosi cunoștințele dobândite în lectura critică a materialelor de presă.

Studentul/absolventul are capacitatea de a folosi cunoștințele dobândite în lectura critică a materialelor de presă.

Studentul/absolventul utilizează programe specifice publicării asistate de calculator, având ca aplicație practică realizarea unor produse media (tipărite sau digitale).

Studentul/absolventul este capabil să proiecteze, realizeze și promoveze un proiect editorial în limba engleză/franceză.

Studentul/absolventul își însușește concepte precum piață, target, poziționare, publicitate mobilă, OOH.

Asigurarea competențelor studentului de a utiliza tehnicile de realizare a unui buletin radio

Studentul/absolventul dobândește competențe specifice de corespondent de teren în televiziune.

Studentul/absolventul este capabil să proiecteze, realizeze și promoveze un proiect editorial în limba engleză/franceză.

Studentul/absolventul produce conținut (text/video/audio/foto) pentru toate tipurile de produse specifice comunicării (jurnalism, relații publice, publicitate)

Studentul/absolventul utilizează instrumente digitale pentru crearea de conținuturi multimedia.

Studentul/absolventul este capabil să realizeze creații originale din fiecare gen jurnalistic important (informativ, de opinie etc) din presa tipărită și online.

Studentul/absolventul aplică regulile de selectare, organizare și de compoziție ale unui produs într-un gen radiofonic diferit.

Studentul/absolventul este capabil să scrie, să filmeze și să editeze video produse specifice din domeniul audiovizual, folosind echipamente digitale.

Studentul/absolventul realizează produse în care sunt valorificate cunoștințe despre istoria jurnalismului.

Studentul/absolventul aplică tehnici de căutare avansată în baze de date publice, rețele de socializare, dark web și surse anonime online.

Studentul/absolventul aplică regulile de selectare, organizare și de compoziție ale unui produs într-un anumit gen de televiziune.

Studentul/absolventul utilizează noțiuni și concepte specifice fotojurnalismului și jurnalismului pe mobil.

Studentul/absolventul este capabil să identifice strategiile de marketing ale unor produse specifice și să dezvolte planuri de marketing strategic și tactic.

Studentul/absolventul are capacitatea să analizeze critic informațiile ante- și post-publicare / difuzare sub formă de text și imagine foto și video.

Studentul/absolventul are capacitatea să înțeleagă și aplice cele mai înalte standarde deontologice și de responsabilitate socială a jurnalistului și a creatorului de conținut

Studentul/absolventul cunoaște abordările concrete existente în jurnalismul sportiv, atât la nivel național, cât și internațional.

Realizează un podcast, de la scenariu la editare și publicare; utilizează echipamente și software specifice producției audio; oferă și primește feedback constructiv asupra produsului media.

Studentul/absolventul înțelege să distingă studiile cu metodologie riguroasă fundamentată în vederea utilizării lor ca suport de documentare jurnalistică

Este capabil să redacteze texte jurnalistice de opinie coerente, argumentate, bine documentate și să utilizeze instrumente retorice și stilistice adecvate.

Studentul/absolventul aplică tehnicile specifice realizării emisiunii radiofonice.

Studentul/absolventul aplică tehnicile specifice realizării emisiunii TV.

Studentul/absolventul identifică subiecte de anchetă, inițiază și derulează procese de documentare complexă, lucrează cu surse de informare multiple, sintetizează informațiile și redactează anchete de presă.

Studentul/absolventul aplică tehnicile specifice jurnalismului de agenție de presă în procesul de documentare, redactare și publicare.

Studentul/absolventul realizează planificările necesare lansării unui produs de presă scrisă, tipărită și/sau online: de marketing, editorială și de business.

Studentul/absolventul aplică tehnici de analiză, extragere, organizare și prezentare a datelor.

Planifică și coordonează proiecte media și civice; Utilizează instrumente de comunicare și promovare digitală; Elaborează bugete și strategii de sustenabilitate.

Studentul/absolventul este capabil să interpreteze critic regimurile totalitare și relația dintre comunicare publică, ideologie și control politic, relevante pentru practica jurnalistică.

Studentul/absolventul deprinde cunoștințe pentru realizarea unui desfășurător pentru jurnalul TV.

Studentul/absolventul învață să execute sarcinile unui producător tv.

Studentul/absolventul operează cu principalele concepte ideologice contemporane.

Studentul/absolventul dobândește cunoștințe teoretice și practice pentru a propune teme și subiecte interesante / utile pentru dezbateri și poate construi cu ele o emisiune TV.

Studentul/absolventul aplică principiile designului de presă pentru a optimiza poziționarea unui produs media în contextul pieței concurențiale.

Studentul/absolventul este capabil să gestioneze riscurile personale și logistice în deplasările din zonele de război și să relateze de pe teren cu obiectivitate și respectând toate normele jurnalistice de redactare și deontologice.

Participă activ la exerciții fizice și activități sportive de bază; Aplică tehnici corecte de încălzire, efort și relaxare; Își monitorizează nivelul de efort și progresul fizic.

Este capabil să evalueze și să aplice corect prevederile legale privind conținutul original, reutilizat sau remixat, atât în context academic, cât și profesional/comercial.

Studentul/absolventul înțelege și poate utiliza dactilemele și principalele semne LSR care să-i permită conversații la nivel mediu.

Este capabil să planifice, să creeze și să editeze conținut digital creativ și coerent (imagini, video, animații), folosind instrumente de producție relevante și respectând identitatea vizuală a brandului.

Skills

The student/graduate:

A.1.1. writes a research plan on a topic in the field of communication sciences;

A.1.2. applies data collection methods, respecting research ethics norms and legal provisions in force;

A.1.3. applies research methods appropriate to the research theme and subject;

A.1.4. interprets research results in writing and through graphs, diagrams, tables;

A.1.5. discusses the limits of research, critically evaluating the degree of generalization of conclusions and proposing strategies for their further deepening/verification

The student/graduate:

A.2.1. selects models that explain a communication situation in the context of a professional problem;

A.2.2. analyzes the characteristics, needs and expectations of the target audience using models, grids, tests, procedures and appropriate software applications in the context of professional public communication;

A.2.3. adapts messages to various situations and categories or audience segments in the context of professional communication.

The student/graduate:

A.3.1. applies production practices appropriate for different types of content and modes of expression (text, photography, audio, video) and types of media channels: print, television, radio, cinema, online media, digital platforms, mobile applications;

A.3.2. applies spelling and grammar rules that regulate the formulation of statements or expressions and the spelling of words, ensuring coherence and clarity in texts written or edited in professional contexts;

A.3.3. applies principles of rhetoric or message composition aimed at improving the ability of writers and speakers to inform, persuade or motivate the audience;

A.3.4. uses software applications for composing, editing, formatting and any type of written material or composing and editing audiovisual materials.

The student/graduate:

A.4.1. applies processes for verifying information in the context of professional communication;

A.4.2. discovers errors in argumentation, distinct framings or interpretation schemes offered by different sources in the context of professional communication;

A.4.3. analyzes words, expressions, signs and symbols, as well as the relationship between them in relation to the fundamental concepts of semiotics and narrative theory in the context of professional analysis of textual, visual, audiovisual and multimodal media messages;

A.4.4. interprets the values and ideological and cultural messages embedded in media products.

The student/graduate:

A.5.1. applies models for ethical decision-making or moral reasoning and the deontological principles or ethical norms that underlie the organization and functioning of activities specific to the field of communication sciences and the way of organizing the profession in communication issues, in the creation and distribution of content on public and private media channels;

A.5.2. evaluates compliance with national and European legislation on free access to information, intellectual property, author's rights, copyright, etc. in the process of professional communication and in information-documentation activities.

The student/graduate:

A.6.1. evaluates public perception, participates in professional networks and initiates conversations in relation to a public figure, an organization or a brand.

The student/graduate:

A.7.1. uses online tools to communicate and share resources in digital environments;

A.7.2. selects common topics with other people to facilitate communication in a professional context;

A.7.3. uses contacts to obtain information or mutual advantages in a professional context;

A.7.4. manages systems for storing, selecting, organizing, retrieving, distributing and safeguarding information and data in professional contexts;

A.7.5. uses digital tools to organize, collect, store, extract, archive and process data, information and digital content.

The student/graduate is able to identify the audiences of an organization, to know the stages of a public relations campaign, as well as the strategies and stages of crisis communication.

The student/graduate has the ability to use the knowledge acquired in the critical reading of media reports.

The student/graduate uses specific programs for computer-assisted publishing, having as a practical application the creation of media products (printed or digital).

The student/graduate is able to design, produce and promote an editorial project in English/French.

The student/graduate acquires concepts such as market, target, positioning, mobile advertising, OOH.

Ensures that the student acquires the skills to use the techniques of producing a radio bulletin

The student/graduate acquires specific skills as a field reporter in television reporter in television.

The student/graduate is able to design, produce and promote an editorial project in English/French.

The student/graduate produces content (text/video/audio/photo) for all types of communication-specific products (journalism, public relations, advertising)

The student/graduate uses digital tools to create multimedia content.

The student/graduate is able to produce original creations in each major journalistic genre (informative, opinion, etc.) in the print and online press.

The student/graduate applies the rules of selection, organization and composition of a product in a different radio genre.

The student/graduate is able to write, film and edit specific video products in the audio-visual field, using digital equipment.

The student/graduate creates products in which knowledge about the history of journalism is capitalized.

The student/graduate applies advanced search techniques in public databases, social networks, dark web and anonymous online sources.

The student/graduate applies the rules for selecting, organizing and composing a product in a specific television genre.

The student/graduate uses notions and concepts specific to photojournalism and mobile journalism.

The student/graduate is able to identify marketing strategies for specific products and develop strategic and tactical marketing plans.

The student/graduate has the ability to critically analyze pre- and post-publication/broadcast information in the form of text and photo and video images.

The student/graduate has the ability to understand and apply the highest ethical and social responsibility standards of the journalist and content creator

The student/graduate knows the concrete approaches existing in sports journalism, both nationally and internationally.

Produces a podcast, from script to editing and publishing; uses equipment and software specific to audio production; provides and receives constructive feedback on the media product.

The student/graduate understands to distinguish studies with rigorously substantiated methodology in order to use them as a support for journalistic documentation

Is able to write coherent, well-argued, well-documented journalistic opinion texts and to use appropriate rhetorical and stylistic tools.

The student/graduate applies the techniques specific to the production of a radio show.

The student/graduate applies the techniques specific to the production of a TV show.

The student/graduate identifies investigation subjects, initiates and carries out complex documentation processes, works with multiple sources of information, synthesizes information and writes press investigations.

The student/graduate applies the techniques specific to press agency journalism in the process of documentation, editing and publishing.

The student/graduate carries out the necessary planning for the launch of a written, printed and/or online press product: marketing, editorial and business.

The student/graduate applies data analysis, extraction, organization and presentation techniques.

Plans and coordinates media and civic projects; Uses digital communication and promotion tools; Develops budgets and sustainability strategies.

The student/graduate is able to critically interpret totalitarian regimes and the relationship between public communication, ideology and political control, relevant to journalistic practice.

The student/graduate acquires knowledge to create a TV news schedule.

The student/graduate learns to perform the tasks of a TV producer.

The student/graduate operates with the main contemporary ideological concepts.

The student/graduate acquires theoretical and practical knowledge to propose interesting/useful themes and topics for debate and can build a TV show with them.

The student/graduate applies the principles of press design to optimize the positioning of a media product in the context of the competitive market.

The student/graduate is able to manage personal and logistical risks in war zones and to report from the field with objectivity and in compliance with all journalistic editorial and deontological norms.

Actively participates in physical exercises and basic sports activities; Applies correct warm-up, effort and relaxation techniques; Monitors his/her level of effort and physical progress.

The student/graduate is able to evaluate and correctly apply the legal provisions regarding original, reused or remixed content, both in academic and professional/commercial contexts.

The student/graduate understands and can use the main LSR signs and dactylems that allow him/her to communicate at an intermediate level

The student/graduate is able to plan, create and edit creative and coherent digital content (images, video, animations), using relevant production tools and respecting the brand's visual identity.

Responsabilitate și autonomie

Studentul/Absolventul:

- R.1.1. elaborează proiecte de cercetare și intervenție în domeniul științe ale comunicării;
 - A.1.2. aplică metode de colectare a datelor, respectând norme de etică a cercetării și prevederile legale în vigoare;
 - A.1.3. aplică metode de cercetare adecvate temei și subiectului de cercetare;
 - A.1.4. interpretează rezultatele cercetării în scris și prin grafice, diagrame, tabele;
 - A.1.5. discută limitele cercetărilor, evaluând critic gradul de generalizare a concluziilor și propune strategii pentru adâncirea/verificarea suplimentară a acestora.
- Studentul/Absolventul
- R.2.1. evaluează caracteristicile reprezentării în mass-media și platformele digitale a unei teme, unei persoane, unui grup sau unei categorii sociale;
 - R.2.2. utilizează modelele de comunicare, teorii media și indicatori de audiență pentru a proiecta, adapta sau evalua planuri media;

R.2.3. analizează critic pluralitatea de interpretări date și de opinii formulate în contextul reprezentării media a subiectelor și evenimentelor curente
Studentul/Absolventul:

R.3.1. produce un conținut sau produs media în vederea difuzării/publicării pe unul sau mai multe canale sau platforme, utilizând media (text, fotografie, audio, video) separat sau în conjuncție în contextul realizării unui proiect profesional;
R.3.2. redactează și editează texte originale de natură creativă, jurnalistice, promoționale, publicitare, de promovare instituțională, funcționale, tehnice sau academice.
Studentul/Absolventul:

R.4.1. elaborează o analiză media sau o monitorizare media în raport cu un subiect, o temă, o persoană publică, o organizație sau o marcă;
R.4.2. evaluează sursele informațiilor și corectitudinea informațiilor receptate;
R.4.3. analizează critic evenimentele curente în politică, economie, comunitățile sociale, sectoarele culturale, pe plan internațional și în sport, precum și tendințele culturale populare, cum ar fi cultura pop și argoul cultural și social și mesajele publice ale persoanele de pe rețelele de socializare / platformele digitale cele mai utilizate în contextul său socio-cultural și profesional.
Studentul/Absolventul:

R.5.1. judecă în raport cu modele pentru luarea deciziilor etice, coduri deontologice, respectiv legislației naționale și europene în raport în contextul luării de decizii în probleme profesionale din domeniul comunicării
Studentul/Absolventul:

R.6.1. aplică principii și metodologii specifice domeniului pentru a realiza cercetări ale opiniei publice în raport cu un subiect, o persoană publică, o organizație, o marcă (brand);
R.6.2. redactează comunicate de presă și produce alte materiale de relații publice, respectiv mesaje adaptate la specificul diferitelor canale media și platforme digitale pentru a fi utilizate în contextul comunicării unei persoane publice, organizații sau mărci (brand).
Studentul/Absolventul:

R.7.1. inițiază legături cu alte persoane și colaborează cu acestea direct sau prin intermediul instrumentelor digitale;
R.7.2. gestionează evidența persoanelor din rețeaua profesională proprie și rămâne informat/ă cu privire la activitățile lor;
R.7.3. colaborează cu alte persoane în cadrul unor echipe pentru a rezolva probleme profesionale specifice;
R.7.4. planifică/iși asumă și respectă termene strânse pentru a realiza sarcini sau proiecte profesionale;
R.7.5. demonstrează sensibilitate interculturală participând în comunități și rețele diferite.
Studentul/absolventul are capacitatea de a identifica, analiza și soluționa aspectele etice legate de PR dintr-o organizație.
Studentul/absolventul rezolvă în mod realist, cu argumentare teoretică și practică, a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora.
Studentul/absolventul rezolvă în mod realist, cu argumentare teoretică și practică, a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora.
Studentul/absolventul cunoaște noțiunile specifice DTP și publicării asistate de calculator, cu accent pe principiile de bază ale designului, compoziției și cromaticii.
Studentul/absolventul redactează articole respectând normele editoriale ale profesiei și normele gramaticale ale limbii respective.
Studentul/absolventul elaborează un proiect de specialitate, aplicând atât cunoștințe, teorii și metode de diagnoză și intervenție, cât și norme și principii de etică profesională.
Studentul/absolventul poate realiza știri radio, precum și un buletin informativ complex.
Studentul/absolventul aplică practici de producție potrivite în cadrul unei echipe de producție a unui jurnal TV.
Studentul/absolventul redactează articole respectând normele editoriale ale profesiei și normele gramaticale ale limbii respective.
Studentul/absolventul identifică și utilizează elementele specifice ale managementului informației, precum și principii de deontologie și de responsabilitate socială în domeniile comunicării publice.
Studentul/absolventul elaborează analize privind componentele multimedia, site-urile, caracteristicile, modalitățile de implementare/tehnicile de realizare/ modelele de layout și design al paginilor web.
Studentul/absolventul realizează diferite produse multimedia.
Studentul/absolventul redactează diferite texte în genuri/specii jurnalistice din presa scrisă tipărită și online.
Studentul/absolventul realizează un produs radiofonic (interviu, reportaj, relatare, pachet radio, talk-show).
Studentul/absolventul utilizează concepte interconectate pentru a integra produsele sale într-o emisiune de televiziune.
Studentul/absolventul realizează o cercetare bibliografică / monografică, pe o temă indicată.
Studentul/absolventul realizează activități de documentare avansată folosind tehnici și instrumente specifice.
Studentul/absolventul realizează un produs de TV.
Studentul/absolventul analizează produse din perspectivă compozițională/de editare iconografică și etică; proiectează și execută produse din fotojurnalism și jurnalism pe mobil.
Studentul/absolventul poate rezolva situații profesionale uzuale din sfera marketingului într-un mod eficient și deontologic.
Studentul/absolventul realizează activități de verificare post-publicare / difuzare (fact-checking) folosind modele de lucru, tehnici specifice și instrumente de verificare tradiționale și digitale
Studentul/absolventul realizează materiale publicistice de actualitate și din istoria sportului.
Respectă normele etice și legale în realizarea conținutului audio; se raportează critic la impactul podcastului în comunicare publică.
Studentul/absolventul utilizează în mod corect studii științifice pentru integrarea lor adecvată și fundamentată jurnalistic în diferite tipuri de produse media

Redactează texte critice, asumate, în care respectă etica jurnalistică și contribuie la dezbateră publică.
 Studentul/absolventul realizează o emisiune radiofonică.
 Studentul/absolventul realizează o emisiune TV.
 Studentul/absolventul realizează anchete jurnalistice respectând normele profesionale.
 Studentul/absolventul realizează un proiect de cercetare științifică pe o temă legată de jurnalismul de agenție
 Studentul/absolventul realizează un produs de presă scrisă, tipărită și/sau online în toate cele trei componente ale sale (de marketing, editorială și de business).
 Studentul/absolventul realizează produse specifice jurnalismului de date folosind grafice, diagrame și alte modalități de prezentare a lor.
 Acționează etic și profesionist în contexte instituționale și independente; Dezvoltă inițiative proprii; Evaluează impactul și relevanța socială a proiectelor gestionate.
 Studentul/absolventul poate rezolva situații profesionale complexe punând în context corect evoluții sociale și politice și analizând comparativ mecanismele de propagandă, represiune și construcție societală în regimurile totalitare de stânga din Europa și Asia.
 Studentul/absolventul se integrează, ca realizator de program, într-o echipă care produce un jurnal de știri difuzabil într-o TV de serviciu public sau comercială.
 Studentul/absolventul elaborează studii și materiale de presă în baza ideologiilor contemporane.
 Studentul/absolventul realizează un desfășurător pentru o emisiune de dezbateră, stabilește invitații și parcurge întregul proces de realizare în echipă a unei emisiuni de dezbateră TV.
 Studentul/absolventul proiectează, dezvoltă și implementează un proiect de design de presă în funcție de un public-țintă dat.
 Studentul/absolventul poate rezolva situații profesionale complexe în contextul relatării din zone de conflict.
 Manifestă o atitudine responsabilă față de propriul corp și sănătate; Își asumă regulile activității sportive și colaborează cu colegii; Integrează activitatea fizică în stilul de viață zilnic.
 Adoptă o conduită profesională și etică în utilizarea, publicarea și distribuirea conținutului digital, asigurând respectarea legislației și a standardelor deontologice în activitatea creativă.
 Studentul/absolventul utilizează dactilemele și principalele semne LSR la un nivel de conversație mediu
 Poate lucra individual sau în echipă la dezvoltarea de conținut digital pentru campanii, branduri sau proiecte, respectând cerințele de comunicare strategică, standardele etice și brief-ul clientului.

Responsibility and Autonomy

The student/graduate:

- R.1.1. develops research and intervention projects in the field of communication sciences;*
- A.1.2. applies data collection methods, respecting research ethics norms and legal provisions in force;*
- A.1.3. applies research methods appropriate to the research theme and subject;*
- A.1.4. interprets research results in writing and through graphs, diagrams, tables;*
- A.1.5. discusses the limits of research, critically evaluating the degree of generalization of conclusions and proposes strategies for further deepening/verifying them.*

The student/graduate

- R.2.1. evaluates the characteristics of the representation in the media and digital platforms of a theme, a person, a group or a social category;*
- R.2.2. uses communication models, media theories and audience indicators to design, adapt or evaluate media plans;*
- R.2.3. critically analyzes the plurality of given interpretations and opinions formulated in the context of media representation of current topics and events*

The student/Graduate:

- R.3.1. produces a content or media product for dissemination/publication on one or more channels or platforms, using media (text, photography, audio, video) separately or in conjunction in the context of carrying out a professional project;*
- R.3.2. writes and edits original texts of a creative, journalistic, promotional, advertising, institutional promotion, functional, technical or academic nature.*

The student/Graduate:

- R.4.1. develops a media analysis or media monitoring in relation to a subject, a theme, a public figure, an organization or a brand;*
- R.4.2. evaluates the sources of information and the correctness of the information received;*
- R.4.3. critically analyzes current events in politics, economics, social communities, cultural sectors, internationally and in sports, as well as popular cultural trends, such as pop culture and cultural and social slang and public messages of people on social networks / digital platforms most used in their socio-cultural and professional context.*

The student/graduate:

- R.5.1. judges in relation to models for ethical decision-making, codes of conduct, respectively national and European legislation in relation to the context of decision-making in professional issues in the field of communication*

The student/graduate:

- R.6.1. applies principles and methodologies specific to the field to carry out public opinion research in relation to a subject, a public figure, an organization, a brand;*
- R.6.2. writes press releases and produces other public relations materials, namely messages adapted to the specifics of different media channels and digital platforms to be used in the context of communication of a public figure, organization or brand.*

The student/graduate:

- R.7.1. initiates connections with other people and collaborates with them directly or through digital tools;*
- R.7.2. manages the records of people in their professional network and remains informed about their activities;*
- R.7.3. collaborates with other people within teams to solve specific professional problems;*
- R.7.4. plans/assumes and respects tight deadlines to complete professional tasks or projects;*
- R.7.5. demonstrates intercultural sensitivity by participating in different communities and networks.*

The student/graduate has the ability to identify, analyze and resolve ethical issues related to PR in an organization.

The student/graduate realistically resolves, with theoretical and practical reasoning, common professional situations, in order to resolve them efficiently and ethically.

The student/graduate realistically solves, with theoretical and practical argumentation, common professional situations, in order to resolve them efficiently and ethically.

The student/graduate knows the specific notions of DTP and computer-assisted publishing, with an emphasis on the basic principles of design, composition and chromatics.

The student/graduate writes articles respecting the editorial norms of the profession and the grammatical norms of the respective language.

The student/graduate develops a specialized project, applying both knowledge, theories and methods of diagnosis and intervention, as well as norms and principles of professional ethics.

The student/graduate can produce radio news, as well as a complex newsletter.

The student/graduate applies appropriate production practices within a TV news production team.

The student/graduate writes articles respecting the editorial norms of the profession and the grammatical norms of the respective language.

The student/graduate identifies and uses the specific elements of information management, as well as principles of ethics and social responsibility in the fields of public communication.

The student/graduate develops analyses regarding multimedia components, websites, characteristics, implementation methods/creation techniques/layout and design models of web pages.

The student/graduate creates different multimedia products.

The student/graduate writes different texts in journalistic genres/species in the printed and online press.

The student/graduate creates a radio product (interview, report, story, radio package, talk show).

The student/graduate uses interconnected concepts to integrate his/her products into a television show.

The student/graduate carries out a bibliographic/monographic research on an indicated theme.

The student/graduate carries out advanced documentation activities using specific techniques and tools.

The student/graduate creates a TV product.

The student/graduate analyzes products from a compositional/iconographic and ethical editorial perspective. designs and executes photojournalism and mobile journalism products.

The student/graduate can solve common professional situations in the field of marketing in an efficient and ethical manner.

The student/graduate carries out post-publication/broadcast verification activities (fact-checking) using work models, specific techniques and traditional and digital verification tools

The student/graduate produces current and sports history journalistic materials.

Respects ethical and legal norms in the production of audio content; critically reports on the impact of podcasts in public communication

The student/graduate correctly uses scientific studies for their adequate and journalistically sound integration into different types of media products

Writes critical, responsible texts that respect journalistic ethics and contribute to public debate.

The student/graduate produces a radio show.

The student/graduate produces a TV show.

The student/graduate carries out journalistic investigations respecting professional norms.

The student/graduate carries out a scientific research project on a topic related to agency journalism

The student/graduate produces a written, printed and/or online press product in all three of its components (marketing, editorial and business).

The student/graduate produces products specific to data journalism using graphs, diagrams and other ways of presenting them.

Acts ethically and professionally in institutional and independent contexts; Develops own initiatives; Evaluates the impact and social relevance of managed projects.

The student/graduate can solve complex professional situations by correctly contextualizing social and political developments and comparatively analyzing the mechanisms of propaganda, repression and societal construction in left-wing totalitarian regimes in Europe and Asia.

The student/graduate integrates, as a program producer, into a team that produces a news bulletin broadcast on a public service or commercial TV station.

The student/graduate develops studies and press materials based on contemporary ideologies.

The student/graduate creates a schedule for a debate show, establishes invitations and goes through the entire process of creating a TV debate show as a team.

The student/graduate designs, develops and implements a press design project according to a given target audience.

The student/graduate can solve complex professional situations in the context of reporting from conflict zones.

Demonstrates a responsible attitude towards their own body and health; Assumes the rules of sports activity and collaborates with colleagues; Integrates physical activity into daily lifestyle.

Adopts professional and ethical conduct in the use, publication and distribution of digital content, ensuring compliance with legislation and deontological standards in creative activity.
The student/graduate uses dactyloms and the main LSR signs at an average conversational level
Can work individually or in a team to develop digital content for campaigns, brands or projects, respecting strategic communication requirements, ethical standards and the client's brief.

Detalii asupra programului (ex.module sau unități de studiu), calificativele/notele/creditele obținute
Programme details (ex.module sau unități de studiu) and the individual grades/marks/credits obtained

Nr. No.	Denumirea disciplinei Subject	³⁾ Total ore Number of hours		Nota / Grade		Nr. credite Number of ECTS/SECT credits	
		C	S, LP, P	Sem. I 1 st sem	Sem. II 2 nd sem	Sem. I 1 st sem	Sem. II 2 nd sem
Anul I (anul universitar 2024-2025) 1 st year of study (2024-2025 academic year)							
1	Introducere în sistemul mass media / Introduction to Mass Communication	28	14			5	-
2	Tehnici de redactare / News Writing Techniques	28	28			5	
3	Marketing / Marketing	28	14			3	
4	Introducere în relații publice / Introduction to Public Relations	28	14			4	
5	Introducere în teoria comunicării / Introduction to Communication Theory	28	14			4	-
6	Limbă străină - Strategii ale comunicării în limba franceză/ engleză / Foreign Language - Communication Strategies in French/English	14	14			3	-
7	Presa și actualitatea / Media and Current Affairs	0	28			2	-
8	DTP-Desktop Publishing & Infografie / DTP-Desktop Publishing & Infographics	14	28			5	-
9	Tehnici de lucru în audiovizual - Radio / Radio Production Techniques	14	28			-	4
10	Mass media, politică, societate / Media, Politics, Society	28	14			-	5
11	Introducere în publicitate / Introduction to Advertising	28	14			-	5
12	Fundamente ale științelor sociale / Fundamentals of Social Sciences	28	28			-	5
13	Limbă străină - Strategii ale comunicării în limba franceză /engleză/ Communication Strategies in French/English	14	14			-	3
14	Atelier de jurnalism / Journalism workshop	0	28			-	3
15	Presa și actualitatea II / Media and Current Affairs II	0	28			-	2
16	Practică / Internship	-	56			-	3
	Promovat cu media: ⁴⁾	Total credite / Total ECTS/SECT credits:				60	
	Pass, average grade per academic year:						
Nr. No.	Denumirea disciplinei Subject	³⁾ Total ore Number of hours		Nota / Grade		Nr. credite Number of ECTS/SECT credits	
		C	S, LP, P	Sem. I 1 st sem	Sem. II 2 nd sem	Sem. I 1 st sem	Sem. II 2 nd sem

Anul II (anul universitar 2025-2026) 2 nd year of study (2025-2026 academic year)							
1	Genurile presei scrise / Genres in Print Journalism	14	28			4	-
2	Multimedia / Multimedia	28	28			4	-
3	Tehnici de lucru în audiovizual tv / Television Production Techniques	14	28			4	-
4	Etică, gândire critică și integritate academică / Ethics, Critical Thinking and Academic Integrity	28	28			4	
5	Tehnici de colectare a informației / News gathering Techniques	14	28			4	-
6	Limbă străină - Tehnici de redactare în limba franceză/engleză / Foreign Language - French/English Writing Techniques	28	28			4	-
7	Genurile jurnalistice radio / Radio Journalism Genres	14	28			3	
8	Deontologie / Media Ethics	28	28			-	4
9	Fotojurnalism & Jurnalism pe mobil/ Photojournalism & Mobile Journalism	28	28				6
10	Tehnici de investigare jurnalistică / Investigative Journalism	14	28			-	6
11	Tehnici de lucru în TV digitală / Digital TV Production	14	28			-	4
12	Metode de cercetare în științele comunicării / Research Methods in Communication Studies	28	28			-	4
13	Practică / Internship	-	56			-	3
14	Disciplină opțională –Tehnici de lucru în situațiile de criză / Elective course –Reporting in Crisis Situations	14	14			3	-
15	Disciplină opțională –România și tendințe actuale în Uniunea Europeană / Elective course – Romania and Current Trends in the European Union	14	14			3	-
16	Disciplină opțională –Fake news și dezinformare online: recunoaște și verifică / Elective course – Fake News and Online Disinformation: Recognize and Verify	14	14			3	-
17	Disciplină opțională –Sport și mass-media / Elective course – Sports and the Mass Media	14	14			-	3
18	Disciplină opțională –Documentare online / Elective course – Online Documentation	14	14			-	3
19	Disciplină opțională – Jurnalism de opinie / Elective course – Opinion Journalism	14	14			-	3
	Promovat cu media: ⁴⁾		Total credite / Total ECTS/SECT credits:			60	
	Pass, average grade per academic year:						
Nr. No.	Denumirea disciplinei Subject	³⁾ Total ore Number of hours		Nota / Grade		Nr. credite Number of ECTS/SECT credits	
		C	S, LP, P	Sem. I 1 st sem	Sem. II 2 nd sem	Sem. I 1 st sem	Sem. II 2 nd sem
Anul III (anul universitar 2026-2027) 3 rd year of study (2026-2027 academic year)							
1	Dreptul comunicării / Communication Law	28	14			3	
2	Jurnalism de date / Data Journalism	28	28			5	
3	Istoria jurnalismului din România / The History of Journalism in Romania	28	14			5	-
4	Tehnici avansate de lucru în agenția de presă / Advanced Techniques in News Agency	14	28			4	
5	Genurile jurnalistice TV / Genres in Television Journalism	28	28			5	
6	Sociologia jurnaliștilor / The Sociology of Journalists	14	14			5	
7	Semiotica. Jurnalism / Semiotics of Journalism	20	10			-	6
8	Emisiunea informativă radio / Radio News Broadcast	10	20			-	5
9	Emisiunea TV de știri / TV Newscast	10	20			-	5

10	Producție - jurnalism online / Online Journalism Production	20	20			-	5
11	Producție de presă scrisă / Print Media Production	20	20			-	6
12	Disciplină opțională – Documentarul radio/ Elective course – Radio Documentary	14	14			3	-
13	Disciplină opțională – Ideologii politice contemporane/ Elective course – Contemporary Political Ideologies	14	14			3	
14	Disciplină opțională – Programul de televiziune/ Elective course – Television Programming	14	14			3	-
15	Disciplină opțională – Jurnalismul dezbaterii TV/ Elective course – TV Debate Journalism	10	10			-	3
16	Disciplină opțională – Design de presă/ Elective course – Press Design	10	10			-	3
17	Disciplină opțională – Documentarul TV/ Elective course – TV Documentary	10	10			-	3
	Promovat cu media: ⁴⁾		Total credite / Total ECTS/SECT credits:			60	
	Pass, average grade per academic year:						
Promovat		Media ⁵⁾ de promovare a anilor de studii:				Total credite: 120	
Passed		Overall average grade				Total ECTS/SECT credits: 120	

Sistemul de notare, și, dacă sunt disponibile, informații privind distribuția statistică a notelor <i>Grading scheme and, if available, grade distribution guidance</i>		Media finală ¹⁾ <i>Overall average grade</i>	
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, domeniul de studii Științe ale comunicării, programul de studii Jurnalism, este(), iar media maximă este.... (), titularul fiind clasificat pe locul ... din totalul de absolvenți. <i>Grades are integer numbers and given on a scale from 10 (the highest grade) to 1 (the lowest grade); the lowest passing grade is 5. The passing overall average grades for the class of, field of study Communication science, study program Journalism, was ... (....) and maximum grade was (....). The holder was classified on position from the whole number .. of graduates.</i>	4.5	

5. INFORMAȚII PRIVIND DREPTURILE CONFERITE DE CALIFICARE INFORMATION ON THE FUNCTION OF THE QUALIFICATION

Acces la continuarea studiilor <i>Access to further study</i>		Statutul profesional <i>Professional status</i>	
5.1	STUDII UNIVERSITARE DE MASTER <i>Master studies</i>	5.2	Cod COR: 264211 – redactor (COR), 264212 - reporter (studii superioare) (COR), 264213 - reporter operator (COR), 2431.4 - brand manager (ESCO), 2432.9.1 - purtător de cuvânt (ESCO)

¹⁾ Media aritmetică de promovare a anilor de studii, cu două zecimale, fără rotunjire.

^{3*} Overall average grade, with two decimals, without rounding.

6. INFORMAȚII SUPLIMENTARE ADDITIONAL INFORMATION

Informații suplimentare Additional information

6.1 **Mențiuni privind școlarizarea:**
Observations regarding the scholarship:

Pentru cetățenii străini se va indica documentul care permite admiterea la studii

Alte surse pentru obținerea mai multor informații Further information source

6.2 **Facultatea de Jurnalism și Științele Comunicării, Bld. Iuliu Maniu, nr 1-3, București, România Tel: 00-40-21-305.97.83;**
Faculty of Journalism and Communication Studies, 1-3 Iuliu Maniu Blv, Bucharest, Romania Tel: 00-40-21-305.97.83

Universitatea din București, Șoseaua Panduri, nr. 90, Sector 5, 050663, București, România Tel. 00-40-21-305.97.35;
University of Bucharest, 90 Panduri Road, Sector 5, 050663, Bucharest, Romania Tel.00-40-21-305.97.35

MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII Str. G-ral Berthelot nr. 28-30, București România Tel.00-40-21-405.62.00;
The Ministry of Education and Research, 28-30 G-ral Berthelot Street, Bucharest, România Tel. 00-40-21-405.62.00

7. LEGALITATEA SUPLIMENTULUI CERTIFICATION OF THE SUPPLEMENT

Data Dated

7.1 Acest supliment însoțește diploma cu seria nr.
.....
This supplement is for diploma series..... no.
.....

Nr. și data eliberării
2).....
No. and date of issue

Acest document conține un număr de pagini 3)
This document contains a number of pages

Semnătura Signature

7.2

Funcția Position

7.3 **Rector/Rector**

Decan/Dean

Secretar șef universitate/University Registrar

Secretar șef facultate/Faculty Registrar

Ștampila sau sigiliul oficial Official stamp or seal

7.4

L.S.

(*) În conformitate cu Legea nr. 199/2023, cu modificările și completările ulterioare. / According to Law no 199/2023, with subsequent amendments and additions.

(**) Doar absolvenții cu diplomă de bacalaureat / Only graduates with a baccalaureate degree

(***) Programe postuniversitare de formare și dezvoltare profesională continuă. / Postgraduate programs of training and professional development.

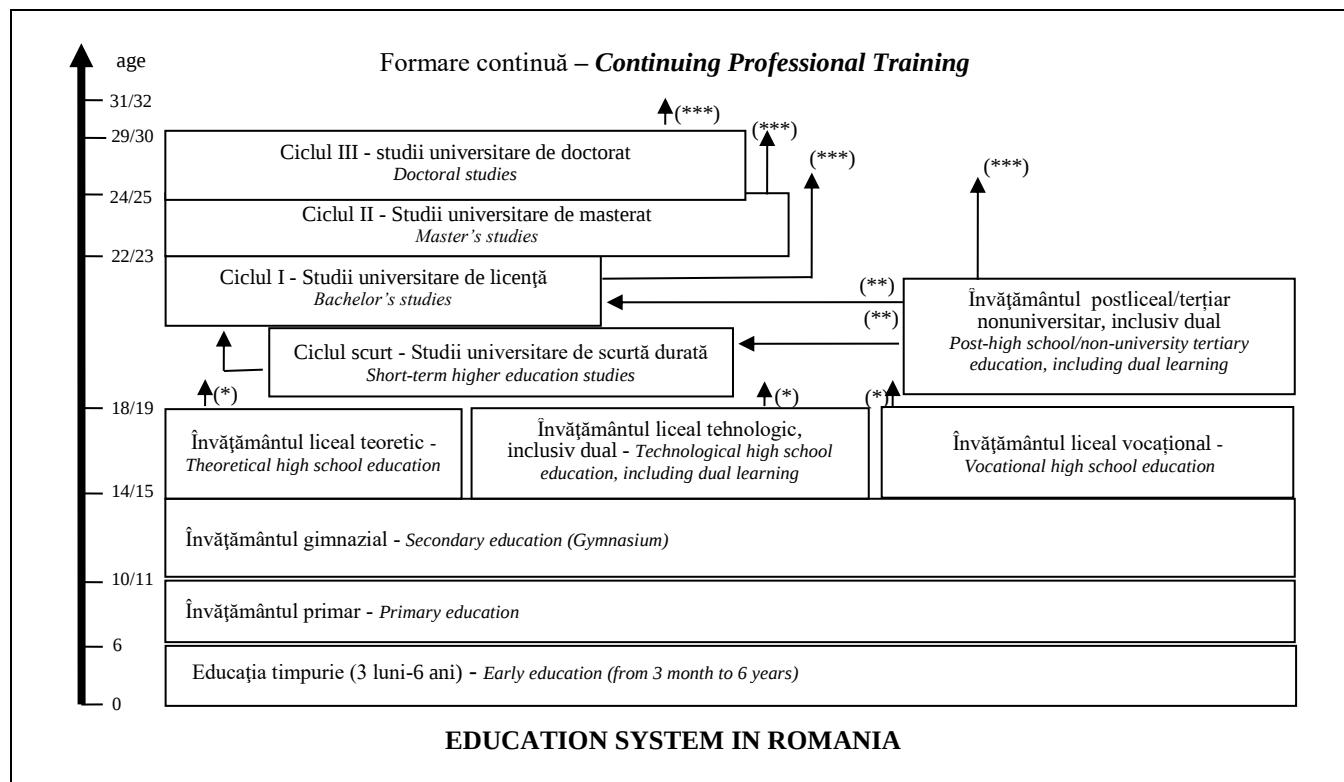
2) Se va menționa nr. și data înscrise pe actul de studii la momentul eliberării și, după caz, nr. și data eliberării suplimentului de către instituția care a asigurat școlarizarea.

4* It shall be mentioned no. and date written on the degree at the time of issuance and, as the case may be, no. and date of issuance of the supplement by the institution that ensured the schooling.

3) Se va menționa numărul total de pagini ale suplimentului.

5* It shall be mentioned the total number of pages of the supplement.

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



PREZENTARE GENERALĂ A SISTEMULUI NAȚIONAL DE ÎNVĂȚĂMÂNT SUPERIOR OVERVIEW OF THE NATIONAL HIGHER EDUCATION SYSTEM

Accesul în învățământul superior se bazează pe diploma de bacalaureat (obținută la sfârșitul învățământului liceal).

Access to higher education is based on the baccalaureate diploma (obtained at the end of high school education).

Absolvenții cu diploma de bacalaureat pot urma fie Ciclu scurt - studii universitare de scurtă durată, fie Ciclu I – studii universitare de licență. Accesul la Ciclu II – studii universitare de masterat se bazează pe diploma obținută după finalizarea studiilor universitare de licență (BA/BSc/BEEng).

Graduates with a baccalaureate degree can follow either the Short Cycle - short-term higher education studies or the I Cycle – Bachelor's studies. The access to master's studies is based on the bachelor degree (BA/BSc/BEEng).

Studiile universitare de scurtă durată presupun un număr de 120 de puncte de credite de studii transferabile, calculate în conformitate cu Sistemul European de Credite Transferabile (SECT) și se finalizează prin nivelul 5 din Cadrul European al Calificărilor pentru învățare pe tot parcursul vieții (CEC).

Short-term higher education studies presuppose 120 credit points, calculated in accordance with the European Credit Transfer System (ECTS) and ends with the level 5 from the European Qualifications Framework for lifelong learning (EQF).

Studiile universitare de licență (BA/BSc/BEEng) presupun 180-240 de puncte de credit, calculate în conformitate cu Sistemul European de Credite Transferabile (SECT) și se finalizează prin nivelul 6 din Cadrul European al Calificărilor pentru învățare pe tot parcursul vieții (CEC).

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

Studiile universitare de masterat (MA/MSc/MEng) presupun 60-120 de puncte de credit, calculate în conformitate cu Sistemul European de Credite Transferabile (SECT) și se finalizează prin nivelul 7 din Cadrul European al Calificărilor pentru învățare pe tot parcursul vieții (CEC).

Master's studies (MA/MSc/MEng) presuppose 60-120 credit points, calculated in accordance with the European Credit Transfer System (ECTS) and ends with the level 7 from the European Qualifications Framework for lifelong learning (EQF).

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, Stomatologie – 360 de ECTS/SECT, Farmacie – 300 ECTS/SECT, Medicină Veterinară – 360 ECTS/SECT, Arhitectură – 360 ECTS/SECT).

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

Studiile universitare de doctorat conduc la o teză de doctorat, iar candidații care finalizează primesc diploma de doctor. Studiile universitare de doctorat permit dobândirea unei calificări de nivelul 8 din Cadrul European al Calificărilor pentru învățare pe tot parcursul vieții (CEC).

Doctoral studies result in a doctoral research thesis, while successful candidates are awarded a PhD degree. Doctoral studies allow obtaining a qualification at level 8 from the European Qualifications Framework for lifelong learning (EQF).

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

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

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 mode of studies: full time, part time and distance education.

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

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

(*) În conformitate cu Legea nr. 199/2023, cu modificările și completările ulterioare. / According to Law no 199/2023, with subsequent amendments and additions.

(**) Doar absolvenții cu diplomă de bacalaureat / Only graduates with a baccalaureate degree

(***) Programe postuniversitare de formare și dezvoltare profesională continuă. / Postgraduate programs of training and professional development.