

SUPLEMENT EUROPASS LA DIPLOMĂ EUROPASS DIPLOMA SUPPLEMENT

1. DATE DE IDENTIFICARE A TITULARULUI INFORMATION IDENTIFYING THE HOLDER

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

2. INFORMAȚII PRIVIND CALIFICAREA INFORMATION IDENTIFYING THE QUALIFICATION

Denumirea calificării și (dacă este cazul) titlul acordat <i>Name of qualification and title awarded (if applicable)</i> 2.1 MODĂ, PUBLICITATE, CONSUM - MASTER
FASHION, COMMUNICATION, CONSUMPTION -
MASTER DEGREE	Domeniul(ile) de studiu <i>Field(s) of study</i> 2.2 ȘTIINȚE ALE COMUNICĂRII
COMMUNICATION STUDIES
Numele și statutul instituției care acordă diploma <i>Name and status of awarding institution</i> 2.3 UNIVERSITATEA DIN BUCUREȘTI
Universitate publică acreditată
UNIVERSITY OF BUCHAREST
Accredited Public University
FACULTATEA DE JURNALISM ȘI ȘTIINȚELE
COMUNICĂRII
FACULTY OF JOURNALISM AND COMMUNICATION
STUDIES	Numele și statutul instituției care administrează studiile (dacă diferă de 2.3) <i>Name and status of institution administering studies (if different from 2.3)</i> 2.5
Limba(ile) de studiu / examinare <i>Language(s) of instruction / examination</i> 2.4 ROMÂNĂ / ROMANIAN	

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

Nivelul calificării <i>Level of qualification</i> 3.1 STUDII UNIVERSITARE DE MASTERAT 7 CEC
Master studies 7 EQF	Durata oficială a programului de studii <i>Official length of the programme of study</i> 3.2 2 ANI / 2 YEARS
(4 semestre / 120 credite) / (4 semesters / 120 credits)
Criterii de admitere <i>Access requirement(s)</i> 3.3 EXAMEN / EXAM	

4. INFORMAȚII PRIVIND PROGRAMUL DE STUDII ȘI REZULTATELE OBTINUTE

INFORMATION ON THE STUDY PROGRAM AND RESULTS GAINED

Forma de învățământ

Mode of study

4.1 **ÎNVĂȚĂMÂNT CU FRECVENȚĂ**
FULL TIME

Cerințele programului

Learning outcomes of the study program

4.2 Programul de studii masterale are o durată de patru semestre, cu un total de 120 ECTS. Planul de studii, bazat pe sistemul de credite transferabile, a fost conceput în acord cu practicile internaționale cele mai recente în domeniul științele comunicării. Planul include două tipuri de cursuri: subiecte generale și cursuri specializate (aplicative). Studenții sunt încurajați, în afara planului de studii, să se implice în activități practice, precum stagiile de practică de specialitate sau internship-uri. Sistemul de evaluare include o evaluare continuă și una finală.

The M.A. program has duration of four semesters, with a total of 120 ECTS. The programme of studies, based on the system of transferable credits, was conceived in accordance with the most recent international acquisition in the field of communication. The plan includes two types of courses: general subjects and applied subjects. As elective activities, students are encouraged to involve themselves in practical activities, such as internship.

The system of evaluation includes continual assessment and final examination.

Competențe profesionale (2431.4 brand manager; 2431.3 specialist în publicitate/specialistă în publicitate; 2431.7 manager servicii creative)

- implementează strategii de marketing
- efectuează cercetare de piață
- identifică nevoile clienților
- conduce managementul unei instituții
- utilizează tehnici de comunicare
- dezvoltă idei creative
- organizează sesiuni de brainstorming
- creează anunțuri publicitare
- administrează conturi
- coordonează campanii publicitare
- gestionează departamentul de creație
- elaborează catalogul de produse
- pregătește materiale de prezentare
- oferă consultanță cu privire la strategiile de piață
- trage concluzii în urma rezultatelor studiilor de piață
- achiziționează spațiu publicitar
- realizează analiza nevoilor consumatorilor
- aplică gândire strategică
- utilizează diferite canale de comunicare
- aplică strategii de marketing aferent platformelor de comunicare socială
- elaborează planul de comunicare online al mărcii
- definește identitatea mărcii
- elaborează orientări specifice brandului
- monitorizează comportamentul consumatorilor
- desfășoară activități de copywrite
- utilizează creativă a tehnologiilor digitale
- creează planul media

2432.8 Consultant relații publice

- oferă consiliere în ceea ce privește imaginea publică
- elaborează strategii de relații publice
- organizează conferințe de presă
- gestionează proiecte de dezvoltare de conținut
- creează materiale de promovare
- coordonează evenimente

Professional skills (2431.4 brand manager; 2431.3 advertising specialist/2431.7 creative director)

- implement marketing strategies
- perform market research
- identify customer needs
- supervise the management of an institution
- use communication techniques

- develop creative ideas
- brainstorm ideas
- create advertisements
- manage accounts
- coordinate advertising campaigns
- manage creative department
- develop the product catalogue
- prepare presentation material
- advise on market strategies
- draw conclusions from market research results
- buy advertising space
- analyse consumer needs
- apply strategic thinking
- use different communication channels
- apply marketing strategies related to social communication platforms
- design brand's online communication plan
- define brand identity
- set brand positioning
- analyse consumer behavior
- perform copywriting
- creatively use of digital technologies
- create the media plan

2432.8 Public Relations consultant

- advising on public image
- elaborates public relations strategy
- organizes press conferences
- manages content development projects
- creates promotional materials
- coordinates events

Competențe transversale

- gândește în mod inovator
- da dovada de competența interculturală
- demonstrează spirit antreprenorial
- apreciază diversitatea expresiilor culturale și artistice
- îi implică pe ceilalți în comportamente favorabile mediului

Transversal competences

- think innovatively
- demonstrate intercultural competence
- demonstrate entrepreneurship
- appreciate diverse cultural and artistic expression
- engage others in environmentally friendly behaviours

Rezultatele învățării

Cunoștințe

Acumularea de cunoștințe despre apariția și evoluția consumului de lux, despre modalitățile de analiză a proceselor comunicaționale. Dobândirea competențelor necesare proiectării unei cercetări din domeniul modă / publicitate.

Dobândirea cunoștințelor legate de metodele de cercetare în științele comunicării și aplicarea lor la situații concrete, specifice comunicării în domeniul modei, publicității și marketingului electoral.

Absolventul acumulează cunoștințe critice față de universul simbolic existent în industria comunicării și modei, utilizând instrumente socio-semiotice.

Învățarea de concepte, strategii și soluții comunicaționale digitale adaptate comunicării și promovării industriei modei și industriilor creative.

Studentul dobândește cunoștințe despre conceptul de integritate (morală, intelectuală, academică); se familiarizează cu principiile eticii și integrității academice.

Cunoașterea și înțelegerea evoluțiilor sociale, culturale și istorice din gen, modă și identitate.

Identificarea de surse pertinente de informații pentru a documenta moda din punct de vedere istoric și stilistic. Dobândirea noțiunilor specifice pentru realizarea unor sinteze și prezentări integrând și comparând fenomenul de modă specific perioadelor istorice cu tendințele actuale.

Dobândirea de noțiuni esențiale socio-semiotice pentru înțelegerea, urmărirea și identificarea particularităților de identitate vestimentară existente în universul politic.

Absolventul de master se va familiariza cu elemente teoretice și practice cu privire la particularitățile legislației comunicării în domeniul modei din România și din Uniunea Europeană pentru a putea concepe campanii comunicare inovatoare și originale, adaptate nevoilor pieței actuale.

Absolventul dobândește noțiuni de specialitate referitoare la profesia de creator de moda și pașii necesari realizării unui produs, de la concept la produs finit, în domeniul modei.

Dobândirea unei modalități de analiză critică sau inovatoare a elementelor teoretice sau practice pe care le întâlnesc. Adaptarea la cerințele și necesitățile efective ale pieței muncii de profil în domeniul comunicării modei sau domeniilor conexe.

Asimilarea cadrului conceptual al marketingului și a specificului utilizării conceptelor și instrumentelor de marketing în cadrul unor organizații din industria modei și a comunicării.

Studentul dobândește noțiuni despre concepte tehnice precum modernitate, postmodernism, pluralism, individualism, autenticitate, gust estetic, responsabilitate etică, apropiere culturală etc.).

Asumarea instrumentelor conceptuale necesare înțelegerii efectelor tehnologiei pe piața comunicării, elementele constitutive ale programelor interactive, elementele necesare analizei critice a modelelor de pe piața consumului de modă.

Dobândirea noțiunilor din terminologia specifică publicității, particularitățile campaniilor publicitare și ale evenimentelor dezvoltate pentru industria modei

Masterandul va cunoaște terminologia și principiile specifice jurnalismului de modă și va explica și interpreta modul în care se practică jurnalismul de modă în România (principii teoretice vs. practici profesionale).

Asimilarea noțiunilor teoretice și practice ale unei campanii de publicitate.

Dobândirea cunoștințelor legate de concepte, proceduri, metodologii de investigare a realității sociale – evoluția socială a modei în funcție de organizarea socială și politică, relația dintre comunicare și modă în diferite perioade istorice ș.a.m.d.

Responsabilizarea cu privire la respectarea rigorilor academice, dar și a principiilor etice în redactarea și realizarea unor lucrări științifice. Respectarea organizării și structurii riguroase ale unei lucrări de nivel academic.

Acumularea noțiunilor legate de identitatea vizuală în domeniul modei, formele artistice creative prezente în industriile creative sau expresii culturale.

Asimilarea noțiunilor importante din sfera producției și organizării în domeniul industriilor culturale.

Learning Outcomes

Knowledge

The student/graduate demonstrates the acquisition of knowledge regarding the emergence and evolution of luxury consumption, as well as methods of analysing communication processes. The student/graduate demonstrates the acquisition of competences necessary for designing research in the field of fashion/advertising.

The student/graduate demonstrates the acquisition of knowledge related to research methods in communication sciences and their application to concrete situations specific to communication in the fields of fashion, advertising, and electoral marketing.

The graduate demonstrates the acquisition of critical knowledge of the symbolic universe within the communication and fashion industries, using socio-semiotic tools.

The student/graduate demonstrates the acquisition of concepts, strategies, and digital communication solutions adapted to the communication and promotion of the fashion industry and the creative industries

The student/graduate demonstrates the acquisition of knowledge regarding the concept of integrity (moral, intellectual, academic) and becomes familiar with the principles of ethics and academic integrity.

The student/graduate demonstrates knowledge and understanding of social, cultural, and historical developments in gender, fashion, and identity.

The student/graduate demonstrates the ability to identify pertinent sources of information in order to document fashion from historical and stylistic perspectives. The student/graduate demonstrates the acquisition of specific notions required to produce syntheses and presentations that integrate and compare the phenomenon of fashion characteristic of historical periods with current trends.

The student/graduate demonstrates the acquisition of essential socio-semiotic notions for understanding, tracing, and identifying the particularities of clothing identity within the political sphere.

The master's graduate becomes familiar with theoretical and practical elements regarding the specificities of communication legislation in the field of fashion in Romania and in the European Union, in order to be able to design innovative and original communication campaigns adapted to the needs of the current market.

The graduate acquires specialised knowledge regarding the profession of fashion designer and the steps required for the creation of a product, from concept to finished item, within the field of fashion

The student/graduate demonstrates the acquisition of a critical or innovative approach to the analysis of theoretical or practical elements encountered, and the ability to adapt to the actual requirements and needs of the labour market in the field of fashion communication or related domains.

The student/graduate demonstrates the assimilation of the conceptual framework of marketing and the specific use of marketing concepts and tools within organisations in the fashion and communication industries.

The student/graduate acquires knowledge of technical concepts such as modernity, postmodernism, pluralism, individualism, authenticity, aesthetic taste, ethical responsibility, cultural appropriation, etc.

The student/graduate demonstrates the acquisition of the conceptual tools necessary for understanding the effects of technology on the communication market, the constitutive elements of interactive programmes, and the components required for the critical analysis of models in the fashion consumption market.

The student/graduate demonstrates the acquisition of notions from the specific terminology of advertising, together with an understanding of the particularities of advertising campaigns and events developed for the fashion industry.

The master's student will acquire knowledge of the terminology and principles specific to fashion journalism and will be able to explain and interpret the ways in which fashion journalism is practised in Romania (theoretical principles versus professional practices).

The student/graduate demonstrates the assimilation of theoretical and practical notions of an advertising campaign.

The student/graduate demonstrates the acquisition of knowledge related to concepts, procedures, and methodologies for investigating social reality — such as the social evolution of fashion in relation to social and political organisation, and the relationship between communication and fashion across different historical periods.

The student/graduate demonstrates responsibility in respecting academic rigour and ethical principles in the drafting and production of scientific works, ensuring adherence to the rigorous organisation and structure of an academic-level paper.

The student/graduate demonstrates the acquisition of knowledge related to visual identity in the field of fashion, as well as the creative artistic forms present in the creative industries or cultural expressions.

The student/graduate demonstrates the assimilation of key notions from the sphere of production and organisation in the field of cultural industries.

Aptitudini

Studentul înțelege diferențele existente între fenomenul luxului și cel al modei și importanța acestora la nivelul comunicării sociale, publicității și cercetărilor de piață.

Studentul dobândește capacitatea de a elabora și structura un proiect de cercetare coerent, formulând întrebări de cercetare, obiective și ipoteze clare.

Absolventul învață să recunoască, să decodeze și să construiască universul simbolic al modei și publicității contemporane în contextul său actual.

Absolventul înțelege rolul și importanța mediului digital și a canalelor social media în universul comunicațional actual, atât la nivel individual cât și la nivelul industriei modei.

Studentul înțelege instrumentele de lucru etice și deontologice existente la nivel academic.

Studentul înțelege conceptele de modă, gen și identitate în contextul studiului social, cultural și istoric actual.

Studentul înțelege importanța fenomenului istoric al modei și evoluția comunicării interumane prin intermediul vestimentației și accesoriilor.

Înțelegerea modului în care vestimentația poate afecta sau influența mesajele politice.

Absolventul dezvoltă capacitatea de a analiza directivele europene și legile naționale care privesc aspecte ale comunicării și ale industriei modei.

Absolventul identifică procesele manageriale, comunicaționale și de producție specifice unui atelier de producție în domeniul modei.

Aprofundarea elementelor teoretice acumulate (din domeniul comunicării, sociologiei, antropologiei) în decursul perioadei de pregătire, pentru realizarea unor strategii de comunicare pentru instituțiile în care își vor desfășura stagiile de practică.

Înțelegerea metodelor, tehnicilor și a instrumentelor specifice activității de marketing aplicabile industriei modei și comunicării.

Studentul înțelege fenomenul modei ca semnificant social, precum și legăturile dintre diverse manifestări ale modei și alte manifestări culturale și ideologice.

Înțelegerea și deprinderea strategiilor și tehnicilor de funcționare a industriei media, în corelare cu necesitățile universului cultural și al modei.

Înțelegerea cadrului teoretic și practic al unei campanii de publicitate și al flow-ului de lucru într-o agenție de publicitate.

Masterandul va redacta și edita materiale jurnalistice pentru publicațiile destinate femeilor. Masterandul va elabora strategii editoriale pentru reviste/bloguri/site-uri.

Înțelegerea instrumentelor de lucru specifice industriei publicității aplicabile în domeniul modei (documente, metode de cercetare, activități specifice).

Cunoașterea și înțelegerea particularităților comunicării de tip marketing, cu accent pe modă, organizarea socială și democrație, stratificarea socială, legislație, comportamentele de consum și investigarea acestora.

Înțelegerea modalităților de analiză critică sau inovatoare a elementelor teoretice sau practice legate de proiectele de comunicare din industria modei.

Înțelegerea modalităților de expresie și identitate vizuală, în vederea realizării unor proiecte creative în domeniul modei.

Înțelegerea modului de utilizare a tehnicilor de comunicare culturală, a noțiunilor de producție și management cultural și adaptarea acestora contextelor sociale și profesionale specifice.

Skills

The student/graduate demonstrates an understanding of the differences between the phenomenon of luxury and that of fashion, and their significance for social communication, advertising, and market research.

The student/graduate demonstrates the ability to develop and structure a coherent research project, formulating clear research questions, objectives, and hypotheses.

The graduate demonstrates the ability to recognise, decode, and construct the symbolic universe of contemporary fashion and advertising within its current context.

The graduate demonstrates an understanding of the role and importance of the digital environment and social media channels in the contemporary communicational universe, both at the individual level and within the fashion industry.

The student/graduate demonstrates an understanding of the ethical and deontological instruments employed at the academic level.

The student/graduate demonstrates an understanding of the concepts of fashion, gender, and identity in the context of current social, cultural, and historical study.

The student/graduate demonstrates an understanding of the historical phenomenon of fashion and the evolution of human communication through clothing and accessories.

The student/graduate demonstrates an understanding of how clothing can affect or influence political messages.

The graduate develops the ability to analyse European directives and national laws concerning aspects of communication and the fashion industry.

The graduate identifies the managerial, communicational, and production processes specific to a fashion production workshop.

The student/graduate deepens the theoretical elements acquired (from the fields of communication, sociology, and anthropology) during the training period, in order to design communication strategies for the institutions in which the internships will be carried out.

The student/graduate demonstrates an understanding of the methods, techniques, and instruments specific to marketing activities applicable to the fashion and communication industries.

The student/graduate demonstrates an understanding of the phenomenon of fashion as a social signifier, as well as the connections between different manifestations of fashion and other cultural and ideological expressions.

The student/graduate demonstrates an understanding and mastery of the strategies and techniques of media industry functioning, in correlation with the needs of the cultural and fashion universe.

The student/graduate demonstrates an understanding of the theoretical and practical framework of an advertising campaign and the workflow within an advertising agency, as well as the specific functions of each individual department.

The master's student will draft and edit journalistic materials for women's publications. The master's student will design editorial strategies for magazines, blogs, and websites.

The student/graduate demonstrates an understanding of the working instruments specific to the advertising industry, applicable to the field of fashion (documents, research methods, specific activities).

The student/graduate demonstrates knowledge and understanding of the particularities of marketing communication, with an emphasis on fashion, social organisation and democracy, social stratification, legislation, consumer behaviours, and their investigation.

The student/graduate demonstrates an understanding of the modalities of critical or innovative analysis of theoretical or practical elements related to communication projects in the fashion industry.

The student/graduate demonstrates an understanding of the modalities of visual expression and identity, with a view to developing creative projects in the field of fashion.

The student/graduate demonstrates an understanding of the use of cultural communication techniques, concepts of cultural production and management, and their adaptation to specific social and professional contexts.

Responsabilitate și autonomie

Absolventul poate realiza materiale tematice și cercetări utilizând conceptele teoretice acumulate referitoare la lux și moda, din perspectiva comunicatională și de marketing.

Studentul poate elabora și structura un proiect de cercetare, formulând întrebări de cercetare, obiective și ipoteze clare în domeniul modei, comunicării, publicității etc.

Absolventul poate realiza materiale de analiza, creative, critice, care să susțină dezvoltarea și promovarea universului simbolic al industriilor creative existente în contextul contemporan.

Absolventul poate concepe și realiza strategii comunicationale dedicate particularităților canalelor social media și campanii publicitare în mediul digital.

Absolventul poate analiza situații contextuale, socio-umane și profesionale utilizând instrumentele etice, de integritate acumulate în cadrul cursurilor teoretice.

Studentul poate elabora materiale, sinteze și strategii care să urmărească și să utilizeze elementele teoretice acumulate referitoare la moda, gen și identitate în actualul context comunicational, social și profesional.

Studentul poate realiza analize, sinteze și documentari utilizând surse pertinente privitoare la evoluția fenomenului istoric și stilistic al modei, dar și privitoare la evoluția brandurilor contemporane.

Realizarea de analize, interpretări, studii referitoare la identitatea vestimentară în raport cu mesajele politice transmise.

Studentul este capabil să identifice și să înțeleagă situații legale specifice domeniului comunicării, modei și publicității.

Absolventul generează planuri de promovare și materiale comunicationale, promoționale adaptate specificului industriei de producție a modei.

Conceperea și realizarea de proiecte de comunicare în domeniul modei și domeniilor conexe acestui univers (reviste de modă, site-uri tematice, profiluri de social media ale caselor de modă și creatorilor, realizarea de evenimente etc.)

Dezvoltarea și utilizarea bazelor de date specifice pentru cercetări de marketing. Aplicarea cunoștințelor specifice mix-ului de marketing pentru elaborarea diverselor strategii de marketing în domeniile modei și comunicării.

Absolventul dezvoltă abilitatea de a reflecta asupra implicațiilor morale ale consumului de modă și asupra altor provocări etice ridicate de industria modei.

Analiza rolului tehnologiei în producția și promovarea de mesaje simbolice cu scopul realizării unor proiecte complexe de comunicare adecvate industriei modei.

Implementarea campaniilor publicitare și a strategiei publicitare în acțiuni de comunicare 360 din domeniul modei și a sferelor conexe.

Masterandul va aplica principiile de bază din cadrul jurnalismului de modă în realizarea unui produs complex dedicat publicului feminin, conform normelor profesionale din domeniu. Masterandul va prezenta o perspectivă critică asupra politicilor editoriale și de marketing utilizate de revistele de modă.

Conceperea obiectivelor unei campanii publicitate din domeniul modei și implementarea strategiilor necesare realizării acestora și capacitatea de a superviza integrarea acestora în livrabilele campaniei.

Studentul proiectează cercetări proprii referitoare la particularitățile sferelor comunicaționale specifice modei, organizării sociale și democrației, în contextul contemporan socio-profesional.

Conceperea și realizarea disertației ca proiect de comunicare în domeniul modei și domeniilor conexe acestui univers sau ca lucrare de cercetare asupra unui corpus relevant pentru zona tematică a masteratului. Utilizarea elementelor teoretice acumulate (din domeniul comunicării, sociologiei, antropologiei) pentru proiecte de comunicare/lucrări de cercetare.

Realizarea de analize, interpretări, studii referitoare la legătura dintre formele artistice diverse și domeniul industriilor creative.

Implementarea pașilor realizării unui plan de organizare de evenimente și producție în sectorul artelor tradiționale (spectacole, arte vizuale, patrimoniu) dar și în domenii precum televiziune, muzica, presa, film.

Responsibility and Autonomy

The graduate demonstrates the ability to produce thematic materials and to conduct research using the theoretical concepts acquired with regard to luxury and fashion, from a communication and marketing perspective.

The student/graduate demonstrates the ability to develop and structure a research project, formulating clear research questions, objectives, and hypotheses in the fields of fashion, communication, advertising, and related fields.

The graduate demonstrates the ability to produce analytical, creative, and critical materials that support the development and promotion of the symbolic universe of the creative industries within the contemporary context.

The graduate demonstrates the ability to design and implement communication strategies tailored to the specificities of social media channels and advertising campaigns in the digital environment.

The graduate demonstrates the ability to analyse contextual, socio-human, and professional situations by using the ethical and integrity instruments acquired through theoretical courses.

The student/graduate demonstrates the ability to develop materials, syntheses, and strategies that draw upon and apply the theoretical elements acquired with regard to fashion, gender, and identity in the current communicational, social, and professional context.

The student/graduate demonstrates the ability to analyse and document using pertinent sources the evolution of the historical and stylistic phenomenon of fashion, as well as the development of contemporary brands.

The student/graduate demonstrates the ability to conduct analyses, interpretations, and studies concerning clothing identity in relation to political messages conveyed.

The student/graduate demonstrates the ability to identify and understand legal situations specific to the fields of communication, fashion, and advertising.

The graduate generates promotional plans and communication materials adapted to the specificities of the fashion production industry.

The student/graduate demonstrates the ability to design and implement communication projects in the field of fashion and in domains related to this universe (fashion magazines, thematic websites, social media profiles of fashion houses and designers, event organisation, and related fields).

The student/graduate demonstrates the ability to develop and use specific databases for marketing research, and to apply the knowledge of the marketing mix in designing various marketing strategies in the fields of fashion and communication.

The graduate develops the ability to reflect on the moral implications of fashion consumption and on other ethical challenges raised by the fashion industry.

The student/graduate demonstrates the ability to analyse the role of technology in the production and promotion of symbolic messages, with the aim of developing complex communication projects appropriate to the fashion industry.

The student/graduate demonstrates the ability to implement advertising campaigns and advertising strategies within 360-degree communication actions in the field of fashion and related spheres.

The master's student will apply the basic principles of fashion journalism in producing a complex product dedicated to the female audience, in accordance with the professional standards of the field. The master's student will present a critical perspective on the editorial and marketing policies employed by fashion magazines.

The student/graduate demonstrates the ability to design the objectives of a fashion advertising campaign and to implement the strategies required for their achievement, as well as the capacity to supervise their integration into the campaign deliverables.

The student/graduate designs their own research on the particularities of communicational spheres specific to fashion, social organisation, and democracy, within the contemporary socio-professional context.

The student/graduate demonstrates the ability to design and produce the dissertation either as a communication project in the field of fashion and related domains, or as a research paper on a corpus relevant to the thematic area of the master's programme. The student/graduate demonstrates the ability to use the theoretical elements acquired (from the fields of communication, sociology, and anthropology) for communication projects or research papers.

The student/graduate demonstrates the ability to conduct analyses, interpretations, and studies concerning the relationship between diverse artistic forms and the field of the creative industries.

The student/graduate demonstrates the ability to implement the steps involved in developing an event organisation and production plan in the sector of traditional arts (performances, visual arts, heritage), as well as in fields such as television, music, press, and film.

Anul I (anul universitar 2024-2025)*1st year (academic year 2024-2025)*

Nr. No.	Denumirea disciplinei Subject	³⁾ Total ore No.hours		Nota / Grade		Nr. credite No of ECTS 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
1	Sociologia luxului/ Sociology of luxury	28	14			7	-
2	Proiect de cercetare în media și comunicare/ Reseach project in media and communication	28	14			7	-
3	Semiotica modei /Semiotics of fashion	28	14			7	-
4	Modă, publicitate și social media / Fashion, advertising, and social media	-	28			6	-
5	Etică și integritate academică / Ethics and academic integrity	14	-			3	
6	Moda, gen și identitate / Fashion, gender, identity	28	14			-	6
7	Istoria costumului / History of costume	28	14				6
8	Elemente de legislație în industria modei și în comunicarea de masă /Legislation for fashion industry and mass communication	-	28			-	4
9	Modă, new media și globalizare /Fashion, new media and globalisation	28	14			-	6
10	Atelier de modă și creativitate / Workshop - fashion and creativity	-	28			-	4
11	Practică de specialitate / Internship	-	80			-	4
	Promovat cu media:⁴⁾			Total credite / Total ECTS credits:		60	
	<i>Pass, average grade per academic year:⁴⁾</i>						

Anul II (anul universitar 2025-2026)*2nd year (academic year 2025-2026)*

Nr. No.	Denumirea disciplinei Subject	³⁾ Total ore No.hours		Nota / Grade		Nr. credite No of ECTS credits	
		C	S, LP, P	Sem. III 3 rd sem	Sem. IV 4 th sem	Sem. III 3 rd sem	Sem. IV 4 th sem
1	Marketing și consum /Marketing and consumption	28	14			8	-
2	Modă, modernitate, postmodernism / Fashion, modernity, postmodernism	28	14			7	-
3	Comunicare mediată și modă / Mediated communication and fashion	28	14			8	-
4	Atelier de publicitate pentru industria modei/ Workshop: Advertising for fashion industry	-	42			7	
5	Jurnalism de modă/Fashion Journalism	20	10			-	7
6	Strategii publicitare în domeniul modei / Advertising strategies in fashion industry	20	10			-	7
7	Modă, organizare socială și democrație / Fashion, social organization and democracy	20	10			-	7
8	Stagiu pentru elaborarea disertației/ Internship for writing the disertation paper	-	40			-	3
9	Atelier de identitate vizuală în domeniul modei/ Workshop: Visual identity in fashion industry	-	30			-	6
10	Atelier de producție în industriile culturale / Workshop: production in cultural industries	-	30			-	6
	Promovat cu media:⁴⁾			Total credite / Total ECTS credits:		60	
	<i>Pass, average grade per academic year:⁴⁾</i>						

4.4 Sistemul de notare, și, dacă sunt disponibile, informații privind distribuția statistică a notelor <i>Grading scheme and, if available, grade distribution guidance</i> 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 Modă, comunicare, consum, 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 Fashion, Advertising, Consumption, was and maximum grade was</i> The holder was classified on position ... from the whole ... number of graduates.	Media finală ¹⁾ <i>Overall average grade</i> 4.5		
5. INFORMAȚII PRIVIND DREPTURILE CONFERITE DE CALIFICARE <i>INFORMATION ON THE FUNCTION OF THE QUALIFICATION</i> <table border="0"> <tr> <td data-bbox="65 689 847 981"> Acces la continuarea studiilor <i>Access to further study</i> 5.1 STUDII UNIVERSITARE DE DOCTORAT <i>Ph.D studies</i> </td><td data-bbox="847 689 1525 981"> Statutul profesional <i>Professional status</i> 5.2 Clasificarea ocupațiilor din România (COR)/ESCO: 2431.4 brand manager/ brand manager 2431.3 specialist în publicitate/specialistă în publicitate/ advertising specialist 2431.7 manager servicii creative/creative director 2432.8 Consultant relații publice/Public Relations consultant </td></tr> </table>		Acces la continuarea studiilor <i>Access to further study</i> 5.1 STUDII UNIVERSITARE DE DOCTORAT <i>Ph.D studies</i>	Statutul profesional <i>Professional status</i> 5.2 Clasificarea ocupațiilor din România (COR)/ESCO: 2431.4 brand manager/ brand manager 2431.3 specialist în publicitate/specialistă în publicitate/ advertising specialist 2431.7 manager servicii creative/creative director 2432.8 Consultant relații publice/Public Relations consultant
Acces la continuarea studiilor <i>Access to further study</i> 5.1 STUDII UNIVERSITARE DE DOCTORAT <i>Ph.D studies</i>	Statutul profesional <i>Professional status</i> 5.2 Clasificarea ocupațiilor din România (COR)/ESCO: 2431.4 brand manager/ brand manager 2431.3 specialist în publicitate/specialistă în publicitate/ advertising specialist 2431.7 manager servicii creative/creative director 2432.8 Consultant relații publice/Public Relations consultant		

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

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.

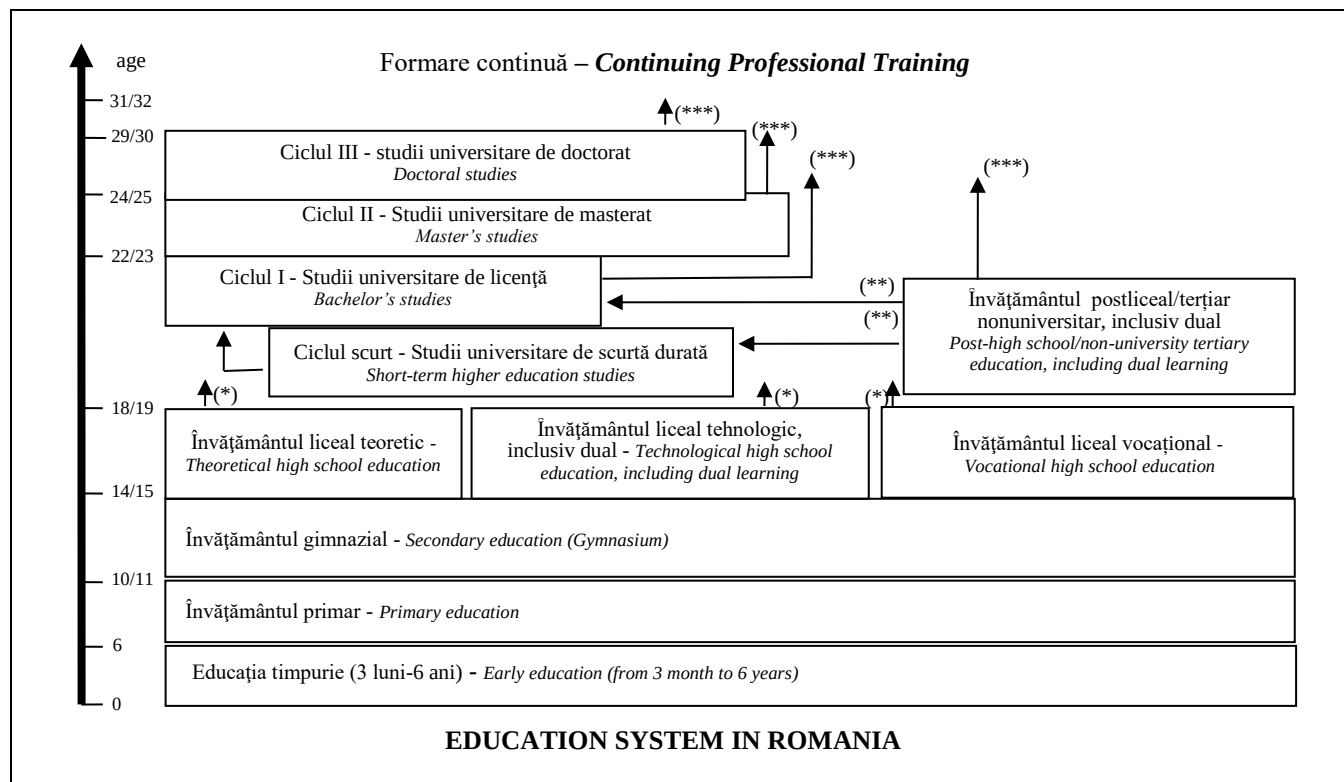
²⁾ Se va menționa nr. și data înscrise pe actul de studii la momentul eliberării și, după caz, nr. și data eliberării suplimentului de către instituția care a asigurat școlarizarea.

^{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 Ciclul scurt - studii universitare de scurtă durată, fie Ciclul I – studii universitare de licență. Accesul la Ciclul 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.