

UNIVERSITATEA „ȘTEFAN CEL MARE” DIN SUCEAVA¹⁾
Ștefan cel Mare University of Suceava

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

Numele de familie la naștere <i>Family name(s) at birth</i>		Numele de familie după căsătorie (dacă este cazul) <i>Family name(s) (after marriage) (if applicable)</i>	
1.1 a		1.1 b	
Inițiala (inițialele) prenumelui (prenumelor) tatălui/ mamei <i>Initial(s) of father's / mother's first name(s)</i>		Prenumele <i>First name(s)</i>	
1.2 a		1.2 b	
Data nașterii (anul/luna/ziua) <i>Date of birth (year/month/day)</i>		Locul nașterii (localitatea, județul/ sectorul, țara) <i>Place of birth</i>	
1.3 a		1.3 b	
Numărul matricol <i>Student enrolment number</i>		Codul numeric personal (CNP) <i>Personal identification number</i>	
		Anul înmatriculării <i>Year of enrolment</i>	
1.4		1.5	2025

Denumirea calificării și (dacă e cazul) titlul acordat (după promovarea examenului de finalizare a studiilor) <i>Name of qualification and (if applicable) title awarded (after passing the final examination)</i>	
2.1	COMUNICARE ȘI RELAȚII PUBLICE , LICENȚIAT ÎN ȘTIINȚE ALE COMUNICĂRII COMMUNICATION AND PUBLIC RELATIONS, BACHELOR IN COMMUNICATION SCIENCES
	Domeniul de studii <i>Field of study</i>
2.2 a	ȘTIINȚE ALE COMUNICĂRII COMMUNICATION SCIENCES
2.2 b	COMUNICARE ȘI RELAȚII PUBLICE COMMUNICATION AND PUBLIC RELATIONS
	Numele și statutul instituției de învățământ superior care eliberează diploma (în limba română) <i>Name and status of awarding institution</i>
2.3 a	UNIVERSITATEA „ȘTEFAN CEL MARE” DIN SUCEAVA universitate de stat acreditată / accredited state university
2.3 b	FACULTATEA DE LITERE ȘI ȘTIINȚE ALE COMUNICĂRII FACULTY OF LETTERS AND COMMUNICATION SCIENCES
	Numele și statutul instituției de învățământ superior care a asigurat școlarizarea (dacă diferă de 2.3a, în limba română) <i>Name and status of institution administering studies (if different from 2.3a)</i>
2.4 a	
2.4 b	Facultatea care a asigurat școlarizarea (dacă diferă de 2.3b) <i>Faculty administering studies (if different from 2.3b)</i>
	Limba (limbile) de studiu /examinare <i>Language(s) of instruction /examination</i>
2.5	ROMÂNĂ ROMANIAN

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

Nivelul calificării
Level of qualification

3.1

LICENȚĂ - NIVEL 6 CNC ȘI 6 EQF
BACHELOR - LEVEL 6 CNC AND 6 EQF

3.2

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

3 ANI; 180 ECTS
3 YEARS; 180 ECTS

Condițiile de admitere
Access requirement(s)

3.3

Diplomă de bacalaureat + examen de admitere
Baccalaureate + Admission Examination

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

Forma de învățământ
Mode of study

4.1

ÎNVĂȚĂMÂNT CU FRECVENȚĂ
FULL-TIME STUDY

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

4.2

CUNOȘTINȚE:

Explică concepte și termeni specifici domeniului, demonstrând o înțelegere aprofundată a vocabularului de specialitate.
Identifică nuanțele de sens și implicațiile culturale ale expresiilor idiomatice și jargonului specific limbii engleze în contexte de business și media.

Identifică și aplică convențiile de limbaj și de format specifice diferitelor genuri de texte utilizate în relațiile publice și media în limba engleză, franceză, germană, spaniolă, italiană.

Identifică și explică principiile fundamentale ale unui stil de viață sănătos.

Recunoaște beneficiile activității fizice regulate.

Identifică riscurile și măsurile de siguranță în activitatea sportivă.

Înțelege rolul comunicării nonverbale în contextul sportiv.

Identifică structuri lexico-gramaticale și particularități stilistice specifice tipurilor de texte și discursuri din domeniul științelor comunicării.

Recunoaște diferențele culturale și lingvistice relevante pentru comunicarea globală, aplicând aceste cunoștințe în interpretarea mesajelor în limba engleză, franceză, germană, spaniolă, italiană.

Studentul/absolventul definește și descrie conceptele fundamentale, teoriile și tipologiile comunicării interne, precum și structurile organizaționale relevante.

Studentul/absolventul explică rolul și funcțiile comunicării interne în cadrul relațiilor publice și al managementului organizațional.

Studentul/absolventul identifică și compară principalele strategii, metode și tehnici de comunicare internă utilizate în diverse contexte organizaționale.

Studentul/absolventul explică rolul identităților culturale, valorilor și credințelor în dinamica interacțiunilor comunicaționale interculturale și în formarea curentelor de opinie publică.

Studentul/absolventul identifică și diferențiază barierele și provocările specifice comunicării interculturale, precum și particularitățile comunicării în diverse contexte sociale și culturale.

Studentul/Absolventul formulează ipoteze și operaționalizează conceptele cheie pentru explicarea și interpretarea comportamentului uman, a dinamicii grupurilor, organizațiilor și comunităților, a tendințelor și influențelor sociale și culturale, a istoriei și originilor acestora.

Studentul/Absolventul adaptează terminologia și strategiile de comunicare cu grupurile țintă, conform profilului categoriilor socio-profesionale vizate.

Studentul/absolventul formulează și descrie concepte, teorii și paradigme utilizate în cercetarea socială, la nivelul indivizilor, grupurilor, organizațiilor, instituțiilor, categoriilor sociale și comunităților, precum și analizează relațiile dintre acestea și metodologiile aplicate în studierea structurii, proceselor și dinamicii sociale.

Studentul/absolventul identifică cele mai importante contribuții ale civilizațiilor la progresul umanității.

Studentul/absolventul va defini și clasifica elementele și procesele comunicării verbale, non-verbale și para-verbale precum și rolul acestora în diferite contexte de negociere.

Studentul/absolventul va descrie principalele strategii și tehnici de negociere eficientă în procesul de comunicare.

Studentul/absolventul va identifica modalitățile de gestionare a comunicării de criză și de mediere a conflictelor.

Studentul/absolventul va defini și explica conceptele fundamentale de retorică, discurs public și persuasiune, diferențind aceste noțiuni de cele de manipulare și propagandă.

Studentul/Absolventul va explica fluxul de producție media și va diferenția căile de comunicare internă și externă în cadrul unei organizații.

Studentul/absolventul va identifica principalele teorii și paradigme utilizate în antropologia culturală și în studiul comunicării sociale.

Studentul/Absolventul va identifica și descrie conceptele, teoriile și metodele fundamentale specifice domeniului relațiilor publice, publicității și mass-media, așa cum sunt aplicate în context organizațional.

Studentul/absolventul va identifica și descrie structura și părțile componente ale unui discurs retoric eficient.

Studentul/Absolventul va identifica și recunoaște diversele ideologii politice, analizând setul de idei, principii, simboluri și doctrine pe care le reprezintă.

Studentul/Absolventul recunoaște, analizează și explică sistemele de guvernare, metodologia de analiză a activității și comportamentului politic, teoria și practica de influențare a oamenilor și de dobândire a guvernării.

Studentul/Absolventul recunoaște, analizează și explică metoda, procesul și studiul de influențare a oamenilor, de dobândire a controlului asupra unei comunități sau a unei societăți, precum și repartizarea puterilor în cadrul unei comunități și între societăți.

Studentul/Absolventul va recunoaște diferitele tipologii de structuri organizaționale și va descrie modalitățile de distribuire a sarcinilor

în echipe de lucru.

Studentul/absolventul va recunoaște și detalia principalele strategii și tehnici de influențare a opiniei publice, în special în contextul comunicării politice și de criză.

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 științe ale comunicării – metode cantitative, metode calitative, abordări retorice, discursive și mixte.

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.

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.

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.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.

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.).

KNOWLEDGE:

Explains concepts and terms specific to the field, demonstrating a thorough understanding of specialized vocabulary.

Identifies the nuances of meaning and cultural implications of idiomatic expressions and jargon specific to the English language in business and media contexts.

Identifies and applies language and format conventions specific to different types of texts used in public relations and media in English, French, German, Spanish, and Italian.

Identifies and explains the fundamental principles of a healthy lifestyle.

Recognizes the benefits of regular physical activity.

Identify the risks and safety measures in sports.

Understand the role of nonverbal communication in the sports context.

Identify lexical-grammatical structures and stylistic features specific to the types of texts and discourses in the field of communication sciences.

Recognises cultural and linguistic differences relevant to global communication, applying this knowledge to the interpretation of messages in English, French, German, Spanish and Italian.

The student/graduate defines and describes the fundamental concepts, theories and typologies of internal communication, as well as the relevant organisational structures.

The student/graduate explains the role and functions of internal communication in public relations and organizational management.

The student/graduate identifies and compares the main strategies, methods, and techniques of internal communication used in various organizational contexts.

The student/graduate explains the role of cultural identities, values, and beliefs in the dynamics of intercultural communication interactions and in shaping public opinion.

The student/graduate identifies and differentiates the barriers and challenges specific to intercultural communication, as well as the particularities of communication in various social and cultural contexts.

The student/graduate formulates hypotheses and operationalizes key concepts to explain and interpret human behavior, the dynamics of groups, organizations, and communities, social and cultural trends and influences, and their history and origins.

The student/graduate adapts the terminology and communication strategies to the target groups, according to the profile of the socio-professional categories concerned.

The student/graduate formulates and describes concepts, theories, and paradigms used in social research at the level of individuals, groups, organizations, institutions, social categories, and communities, and analyzes the relationships between them and the methodologies applied in studying social structure, processes, and dynamics.

The student/graduate identifies the most important contributions of civilizations to human progress.

The student/graduate will define and classify the elements and processes of verbal, nonverbal, and paraverbal communication, as well as their role in different negotiation contexts.

The student/graduate will describe the main strategies and techniques for effective negotiation in the communication process.

The student/graduate will identify ways to manage crisis communication and conflict mediation.

The student/graduate will define and explain the fundamental concepts of rhetoric, public discourse, and persuasion, differentiating these notions from those of manipulation and propaganda.

The student/graduate will explain the media production flow and differentiate between internal and external communication channels

within an organization.

The student/graduate will identify the main theories and paradigms used in cultural anthropology and the study of social communication.

The student/graduate will identify and describe the fundamental concepts, theories, and methods specific to the field of public relations, advertising, and mass media, as applied in an organizational context.

The student/graduate will identify and describe the structure and components of effective rhetorical discourse.

The student/graduate will identify and recognize various political ideologies, analyzing the set of ideas, principles, symbols, and doctrines they represent.

The student/graduate recognizes, analyzes, and explains systems of government, methods for analyzing political activity and behavior, and the theory and practice of influencing people and gaining power.

The student/graduate recognizes, analyzes, and explains the method, process, and study of influencing people, gaining control over a community or society, and the distribution of power within a community and between societies.

The student/graduate will recognize the different types of organizational structures and describe the ways in which tasks are distributed within work teams.

The student/graduate will recognize and detail the main strategies and techniques for influencing public opinion, especially in the context of political and crisis communication.

C.1.1. Identify the main areas of research in communication sciences - communicators, institutional structures, organizations, content, channel, audience/audiences, effects;

C.1.2. Reproduce the theoretical methodology used in scientific research, consisting of conducting background research, constructing and testing a hypothesis or formulating research questions, analyzing data, presenting results, and formulating conclusions in relation to the existing level of knowledge;

C.1.3. Distinguish between the main methodological approaches in the field of communication sciences – quantitative methods, qualitative methods, rhetorical, discursive, and mixed approaches.

C.2.1. Identify 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. Identify concepts related to the public and media audience, measurement methods, and audience indicators specific to the technological channel of media communication;

C.2.3. Identify ownership structures, control mechanisms, production and distribution models specific to mass media systems;

C.2.4. Identify elements that play a role in the process of shaping public opinion, through which perceptions and opinions on a matter of public debate are formed and reinforced, such as the framing of information, public trends and interests, psychological processes, and conformity.

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. Indicate grammatical rules governing the formulation of statements, expressions, and the spelling of words.

C.3.3. Identify 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 their audience;

C.3.4. Distinguishes the characteristics and functioning of software programs for office tasks, such as word processing, spreadsheets, presentations, email, and databases, content management systems, programs for editing and structuring content for publication or dissemination.

C.4.1. Classify 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. Distinguish between descriptive and prescriptive issues or formulations in the context of evaluating statements in professional communication;

C.5.1. Identify models used for ethical decision-making or moral reasoning in communication issues.

C.5.2. Identify professional standards 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 audiovisual communication, copyright legislation, legislation on public and private communication on digital platforms, elements of legislation in the field of personal data protection.

C.6.1. Identify the principles of public relations and reputation management and the factors influencing the perceptions of stakeholders or audience categories in relation to an organization, its brand, or a person.

C.6.2. Distinguishes 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.).

APTITUDINI:

Studentul/Absolventul identifică particularitățile comunicării în context social, elaborează și implementează strategii de comunicare pentru grupuri, organizații și comunități.

Studentul/Absolventul dezvoltă și aplică strategii de rezolvare a conflictelor și problemelor sociale, identificând totodată modele pentru a prezice comportamentul uman.

Studentul/absolventul va aplica principii psihologice pentru a decoda și interpreta eficient scenarii complexe de comunicare interumană.

Studentul/absolventul va utiliza diferite canale de comunicare și va dezvolta strategii de comunicare adaptate, ținând cont de factorii psihologici ai emițătorului și receptorului.

Studentul/absolventul va analiza critic factorii interni și externi care influențează dinamica culturală și procesele de comunicare în diverse contexte sociale.

Studentul/absolventul va aplica conceptele și metodele specifice antropologiei culturale pentru a interpreta realist situații de comunicare complexe.

Studentul/absolventul va elabora strategii de comunicare care țin cont de dimensiunile interculturale și de specificul socio-cultural al audienței.

Analizează și înțelege dezvoltarea fizică și motrică a individului.

Selectează exerciții fizice în funcție de finalitatea acestora.

Corectează erori gramaticale comune în textele de comunicare în limba engleză, franceză, germană, spaniolă, italiană asigurând acuratețea lingvistică.

Elaborează mesaje clare, concise și persuasive în limba engleză, franceză, germană, spaniolă, italiană adaptate audienței și scopului comunicării.

Redactează documente de candidatură (CV-uri, scrisori de intenție) convingătoare în limba engleză, adaptând conținutul și formatul la cerințele pieței muncii internaționale și la specificul fiecărui dosar de candidatură.

Sintetizează informații din multiple surse în limba engleză, franceză, germană, spaniolă, italiană creând rezumate concise și relevante pentru diferite scopuri.

Traduce cu acuratețe și fidelitate semantică texte și mesaje complexe specifice domeniului comunicării și relațiilor publice.

Interpretează critic informații din diverse surse mediatice în limba engleză, franceză, germană, spaniolă, italiană făcând diferența între fapte, opinii și potențiale distorsiuni.

Negociază și argumentează convingător în limba engleză, franceză, germană, spaniolă, italiană prezentând idei și soluții în contexte profesionale simulate.

Studentul/absolventul va aplica strategii și tehnici de comunicare eficientă pentru a construi și prezenta un discurs public coerent și persuasiv, adaptat contextului și audienței.

Studentul/absolventul va analiza critic și interpreta discursuri politice și mediatice transmise prin mass-media și social media, identificând elemente strategice și tactice.

Studentul/absolventul va rezolva în mod realist situații profesionale uzuale de comunicare, argumentând soluțiile propuse atât teoretic, cât și practic.

Studentul/absolventul va aplica strategii și tehnici de comunicare și negociere pentru a soluționa realist situații profesionale uzuale.

Studentul/absolventul va operaționaliza tehnicile de comunicare în vederea asigurării unei interacțiuni eficiente între emițător și receptor.

Studentul/Absolventul va crea și edita în mod practic conținuturi media și de relații publice, demonstrând abilități tehnice și creative.

Studentul/Absolventul va realiza și prezenta un portofoliu profesional coerent, incluzând produse specifice domeniilor relațiilor publice, publicității și media (clasice și digitale)

Studentul/Absolventul va analiza critic principalele probleme cu care se confruntă spațiul politic contemporan.

Studentul/Absolventul va elabora documente de cercetare sau va susține prezentări pentru a raporta rezultatele unor proiecte de analiză politică.

Studentul/Absolventul va interpreta și evalua critic informațiile și sursele acestora, inclusiv din mass-media tradiționale și noile media, pentru a înțelege rolul lor în societățile democratice.

Studentul/absolventul structurează și performează un discurs pe teme legate de istoria culturii și civilizației, adaptându-l scopului expunerii.

Studentul/absolventul utilizează metode și tehnici de documentare și cercetare pentru aprofundarea cunoștințelor în domeniul culturii și civilizației.

Studentul/absolventul aplică cunoștințele dobândite pentru a înțelege și interpreta fenomene culturale și civilizaționale contemporane.

Studentul/absolventul aplică strategiile și tehnicile de comunicare internă pentru a asigura un flux informațional eficient într-o entitate juridică.

Studentul/absolventul elaborează materiale de informare și comunicare internă (ex: scrisori, memo-uri, rapoarte) adaptate nevoilor și valorilor organizației.

Studentul/absolventul analizează situații concrete de comunicare internă și propune soluții practice pentru rezolvarea problemelor, inclusiv în context de criză.

Studentul/absolventul aplică strategii și tehnici de comunicare adaptate diversității culturale, pentru a facilita interacțiunea eficientă în medii multiculturale.

Studentul/absolventul analizează critic situații concrete de comunicare interculturală, identificând cadrele de interpretare distincte și propunând soluții pentru depășirea neînțelegerilor sau conflictelor.

Studentul/absolventul elaborează mesaje și materiale de comunicare care respectă sensibilitățile culturale și promovează incluziunea, utilizând limbajul și terminologia adecvată.

A.1.1. Redactează un plan de cercetare pe un subiect din 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.

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.

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.

A.4.1. Aplică procese pentru verificarea unor informații în contextul comunicării profesionale;

A.4.2. Descoperă erori în argumentație, cadre 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 mesaje ideologice și culturale încorporate în produsele media.

A.4.4. Interpretează valorile și mesaje ideologice și culturale încorporate în produsele media.

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.

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).

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.

SKILLS:

The student/graduate identifies the particularities of communication in a social context, develops and implements communication

strategies for groups, organizations, and communities.
The student/graduate develops and applies strategies for resolving conflicts and social problems, while also identifying models for predicting human behavior.
The student/graduate will apply psychological principles to effectively decode and interpret complex scenarios of interpersonal communication.
The student/graduate will use different communication channels and develop adapted communication strategies, taking into account the psychological factors of the sender and receiver.
The student/graduate will critically analyze the internal and external factors that influence cultural dynamics and communication processes in various social contexts.
The student/graduate will apply concepts and methods specific to cultural anthropology to realistically interpret complex communication situations.
The student/graduate will develop communication strategies that take into account the intercultural dimensions and socio-cultural specificity of the audience.
Analyzes and understands the physical and motor development of individuals.
Selects physical exercises according to their purpose.
Corrects common grammatical errors in English, French, German, Spanish, and Italian communication texts, ensuring linguistic accuracy.
Drafts clear, concise, and persuasive messages in English, French, German, Spanish, and Italian, tailored to the audience and purpose of the communication.
Drafts compelling application documents (CVs, cover letters) in English, adapting the content and format to the requirements of the international job market and the specifics of each application file.
Synthesize information from multiple sources in English, French, German, Spanish, and Italian, creating concise and relevant summaries for different purposes.
Translate complex texts and messages specific to the field of communication and public relations with accuracy and semantic fidelity.
Critically interprets information from various media sources in English, French, German, Spanish, and Italian, distinguishing between facts, opinions, and potential distortions.
Negotiate and argue convincingly in English, French, German, Spanish, and Italian, presenting ideas and solutions in simulated professional contexts.
Students/graduates will apply effective communication strategies and techniques to construct and present a coherent and persuasive public speech, adapted to the context and audience.
The student/graduate will critically analyze and interpret political and media discourses transmitted through the mass media and social media, identifying strategic and tactical elements.
The student/graduate will realistically resolve common professional communication situations, arguing the proposed solutions both theoretically and practically.
The student/graduate will apply communication and negotiation strategies and techniques to realistically resolve common professional situations.
The student/graduate will operationalize communication techniques to ensure effective interaction between sender and receiver.
The student/graduate will create and edit media and public relations content in a practical manner, demonstrating technical and creative skills.
The student/graduate will create and present a coherent professional portfolio, including products specific to the fields of public relations, advertising, and media (traditional and digital).
The student/graduate will critically analyze the main issues facing the contemporary political arena.
The student/graduate will prepare research papers or give presentations to report on the results of political analysis projects.
The student/graduate will interpret and critically evaluate information and its sources, including traditional and new media, in order to understand their role in democratic societies.
The student/graduate structures and delivers a speech on topics related to the history of culture and civilization, adapting it to the purpose of the presentation.
The student/graduate uses documentation and research methods and techniques to deepen their knowledge in the field of culture and civilization.
The student/graduate applies the knowledge acquired to understand and interpret contemporary cultural and civilizational phenomena.
The student/graduate applies internal communication strategies and techniques to ensure an efficient flow of information within a legal entity.
The student/graduate develops internal information and communication materials (e.g., letters, memos, reports) tailored to the needs and values of the organization.
The student/graduate analyzes specific internal communication situations and proposes practical solutions to problems, including in crisis contexts.
The student/graduate applies communication strategies and techniques adapted to cultural diversity in order to facilitate effective interaction in multicultural environments.
The student/graduate critically analyses specific situations of intercultural communication, identifying distinct frameworks of interpretation and proposing solutions to overcome misunderstandings or conflicts.
The student/graduate develops messages and communication materials that respect cultural sensitivities and promote inclusion, using appropriate language and terminology.

A.1.1. Drafts a research plan on a topic in the field of communication sciences;
A.1.2. Apply data collection methods, complying with research ethics standards and legal provisions in force;
A.1.3. Apply research methods appropriate to the research topic and subject;
A.1.4. Interpret research results in writing and through graphs, diagrams, tables;
A.1.5. Discusses the limitations of the research, critically evaluating the degree of generalization of the conclusions and proposing strategies for further exploration/verification.

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 software applications appropriate in the context of professional public communication;
A.2.3. Adapt messages to different situations and categories or segments of the audience in the context of professional communication.

A.3.1. Apply appropriate production practices for 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;
A.3.2. Apply spelling and grammar rules governing the formulation of statements or expressions and the spelling of words, ensuring consistency 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.

A.4.1. Applies processes for verifying information in the context of professional communication;
A.4.2. Discovers errors in argumentation, framing, or distinct 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 ideological and cultural values and messages embedded in media products.
A.5.1. Apply models for ethical decision-making or moral reasoning and the deontological principles or ethical norms that underpin the organization and functioning of activities specific to the field of communication sciences and the way the profession is organized in matters relating to communication, in the creation and distribution of content on public and private media channels;
A.5.2. Assesses compliance with national and European legislation on free access to information, intellectual property, copyright, etc. in the process of professional communication and information-documentation activities.
A.6.1. Assesses public perception, participates in professional networks, and initiates conversations in relation to a public figure, organization, or brand.
A.7.1. Uses online tools to communicate and share resources in digital environments;
A.7.2. Selects topics in common with other people to facilitate communication in a professional context;
A.7.3. Uses contacts to obtain information or mutual benefits in a professional context.
A.7.4. Manage systems for storing, selecting, organizing, retrieving, distributing, and safeguarding information and data in professional contexts;
A.7.5. Use digital tools to organize, collect, store, extract, archive, and process data, information, and digital content.

RESPONSABILITATE ȘI AUTONOMIE:

Studentul/absolventul își va asuma responsabilitatea pentru corectitudinea și acuratețea informațiilor utilizate în analiza și interpretarea fenomenelor culturale și de comunicare.
Studentul/absolventul va demonstra autonomie în explorarea critică a propriilor preconcepții și stereotipuri culturale, adaptându-și comportamentul în interacțiunile interculturale.
Studentul/absolventul va promova o abordare etică și responsabilă în comunicarea despre diverse culturi și comunități, respectând diversitatea și incluziunea socială.
Studentul/absolventul își va asuma responsabilitatea pentru acuratețea și fundamentarea științifică a analizelor și interpretărilor sale în domeniul psihologiei comunicării.
Studentul/absolventul va manifesta o atitudine reflexivă față de propriile preconcepții și prejudecăți, explorând cu deschidere noi perspective în înțelegerea diversității culturale și a tiparelor de comunicare.
Studentul/absolventul va evalua critic credibilitatea și fiabilitatea informațiilor din diverse surse, discernând între cunoașterea validată științific și cea de simț comun în abordarea problematicilor de comunicare.
Participă activ la jocuri și activități de grup, contribuind la atingerea obiectivelor comune, respectând reguli sportive.
Acționează în spiritul fair play-ului, respectând adversarii și deciziile conducătorilor de joc.
Gestionează proiecte de comunicare care implică utilizarea limbii engleze, franceze, germane, spaniole, italiene demonstrând inițiativă și respectarea termenelor.
Demonstrează flexibilitate și adaptabilitate în utilizarea limbii engleze, franceze, germane, spaniole, italiene în situații de comunicare neprevăzute sau complexe.
Utilizează în mod etic și responsabil informațiile și resursele în limba engleză, franceză, germană, spaniolă, italiană respectând drepturile de autor și normele de bună conduită online.
Evaluează critic și editează traducerile generate de inteligența artificială pentru texte specifice domeniului comunicării și relațiilor publice
Studentul/absolventul va colabora eficient în echipe multidisciplinare pentru îndeplinirea sarcinilor specifice legate de construcția unei strategii de comunicare și promovare a produselor de relații publice.
Studentul/absolventul își va asuma responsabilitatea pentru deciziile luate în calitate de consilier de relații publice, respectând principiile de integritate științifică și etică profesională în cercetare și practică.
Studentul/absolventul va demonstra o gândire independentă și critică, evaluând credibilitatea și fiabilitatea informațiilor înainte de a le utiliza sau de a le transmite altor persoane.
Studentul/absolventul va manifesta inițiativă și proactivitate în gestionarea eficientă a rolurilor și responsabilităților profesionale, inclusiv în situații de criză.
Studentul/absolventul va demonstra un comportament etic și responsabil în toate actele de comunicare și negociere, respectând principiile deontologice.
Studentul/absolventul își va asuma responsabilitatea pentru deciziile luate în situații de criză sau de conflict, contribuind la medierea acestora.
Studentul/Absolventul își va asuma responsabilitatea pentru corectitudinea, calitatea și conformitatea etică a materialelor și activităților desfășurate în cadrul practicii profesionale.
Studentul/Absolventul va manifesta autonomie în integrarea și adaptarea la cerințele și cultura specifică a mediului profesional al instituției gazdă.
Studentul/Absolventul va demonstra o atitudine proactivă în identificarea și valorificarea oportunităților de dezvoltare profesională continuă, bazată pe auto-evaluare.
Studentul/Absolventul va acționa cu integritate și onestitate în relațiile cu membrii echipei și cu ceilalți parteneri, respectând bunele practici profesionale.
Studentul/Absolventul va contribui responsabil la succesul proiectelor de echipă, demonstrând implicare și inițiativă în atingerea obiectivelor stabilite.
Studentul/Absolventul identifică, prin apel la gândirea critică, punctele tari și punctele slabe ale soluțiilor alternative, concluziilor sau abordărilor problemelor.
Studentul/Absolventul pronunță și apără hotărâri pe baza dovezilor interne și a criteriilor externe. Evaluează critic credibilitatea și fiabilitatea informațiilor înainte de a le utiliza sau de a le transmite altora. Dezvoltă o gândire independentă și critică.
Studentul/absolventul demonstrează responsabilitate în planificarea și implementarea strategiilor de comunicare internă, asigurând coerența și conformitatea juridică a documentelor elaborate.
Studentul/absolventul activează cu profesionalism și responsabilitate pentru a asigura corectitudinea informațiilor transmise intern și extern.
Studentul/absolventul colaborează eficient cu diverse categorii de public intern și extern, manifestând deschidere și atitudine proactivă în soluționarea problemelor de comunicare.
R.1.1. Elaborează proiecte de cercetare și intervenție în domeniul științe ale comunicării;
R.1.2. Raportează rezultate, statistici și concluzii în fața unui public într-un mod clar, transparent și simplu.
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
- 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.
- 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.
- 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.
- 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).
- 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/își asumă și respectă termene strânse pentru a realiza sarcini sau proiecte profesionale.
- R.7.5. Demonstrează sensibilitate interculturală participând în comunități și rețele diferite.

RESPONSIBILITY AND AUTONOMY:

The student/graduate will take responsibility for the correctness and accuracy of the information used in the analysis and interpretation of cultural and communication phenomena.

The student/graduate will demonstrate autonomy in critically exploring their own cultural preconceptions and stereotypes, adapting their behavior in intercultural interactions.

The student/graduate will promote an ethical and responsible approach to communicating about diverse cultures and communities, respecting diversity and social inclusion.

The student/graduate will take responsibility for the accuracy and scientific basis of their analyses and interpretations in the field of communication psychology.

The student/graduate will demonstrate a reflective attitude towards their own preconceptions and prejudices, openly exploring new perspectives in understanding cultural diversity and communication patterns.

Students/graduates will critically evaluate the credibility and reliability of information from various sources, discerning between scientifically validated knowledge and common sense in addressing communication issues.

Actively participates in games and group activities, contributing to the achievement of common goals, respecting sports rules.

Acts in the spirit of fair play, respecting opponents and the decisions of game leaders.

Manages communication projects involving the use of English, French, German, Spanish, and Italian, demonstrating initiative and respect for deadlines.

Demonstrate flexibility and adaptability in using English, French, German, Spanish, and Italian in unexpected or complex communication situations.

Use information and resources in English, French, German, Spanish, and Italian ethically and responsibly, respecting copyright and online etiquette.

Critically evaluates and edits translations generated by artificial intelligence for texts specific to the field of communication and public relations.

The student/graduate will collaborate effectively in multidisciplinary teams to accomplish specific tasks related to building a communication strategy and promoting public relations products.

The student/graduate will take responsibility for decisions made as a public relations advisor, respecting the principles of scientific integrity and professional ethics in research and practice.

The student/graduate will demonstrate independent and critical thinking, assessing the credibility and reliability of information before using it or passing it on to others.

The student/graduate will show initiative and proactivity in the effective management of professional roles and responsibilities, including in crisis situations.

The student/graduate will demonstrate ethical and responsible behavior in all acts of communication and negotiation, respecting ethical principles.

The student/graduate will take responsibility for decisions made in crisis or conflict situations, contributing to their mediation.

The student/graduate will take responsibility for the accuracy, quality, and ethical compliance of materials and activities carried out in professional practice.

The student/graduate will demonstrate autonomy in integrating and adapting to the specific requirements and culture of the host institution's professional environment.

The student/graduate will demonstrate a proactive attitude in identifying and capitalizing on opportunities for continuous professional development, based on self-assessment.

The student/graduate will act with integrity and honesty in their relationships with team members and other partners, respecting good professional practices.

The student/graduate will contribute responsibly to the success of team projects, demonstrating commitment and initiative in achieving the set objectives.

The student/graduate identifies, through critical thinking, the strengths and weaknesses of alternative solutions, conclusions, or approaches to problems.

The student/graduate makes and defends decisions based on internal evidence and external criteria. They critically evaluate the credibility and reliability of information before using it or passing it on to others. They develop independent and critical thinking.

Students/graduates demonstrate responsibility in planning and implementing internal communication strategies, ensuring the consistency and legal compliance of the documents they produce.

The student/graduate acts professionally and responsibly to ensure the accuracy of information communicated internally and externally.

The student/graduate collaborates effectively with various categories of internal and external audiences, demonstrating openness and a proactive attitude in solving communication problems.

R.1.1. Develops research and intervention projects in the field of communication sciences;

R.1.2. Reports results, statistics, and conclusions to an audience in a clear, transparent, and simple manner.

R.2.1. Evaluates the characteristics of the representation in the media and digital platforms of a topic, person, group, or 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 interpretations and opinions formulated in the context of media representation of current topics and events
R.3.1. Produces media content or products for dissemination/publication on one or more channels or platforms, using media (text, photography, audio, video) separately or in conjunction with each other in the context of a professional project;
R.3.2. Writes and edits original texts of a creative, journalistic, promotional, advertising, institutional, functional, technical, or academic nature.
R.4.1. Develops a media analysis or media monitoring in relation to a subject, theme, public figure, organization, or brand;
R.4.2. Evaluates the sources of information and the accuracy of the information received;
R.4.3. Critically analyze 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 from people on social networks/digital platforms most used in their socio-cultural and professional context.
R.5.1. Judges in relation to models for ethical decision-making, codes of ethics, and national and European legislation in the context of decision-making on professional issues in the field of communication.
R.6.1. Apply field-specific principles and methodologies to conduct public opinion research on a topic, public figure, organization, or brand.
R.6.2. Drafts press releases and produces other public relations materials and messages tailored to the specific characteristics of different media channels and digital platforms for use in the context of communicating on behalf of a public figure, organization, or brand.
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 stays informed about their activities;
R.7.3. Collaborates with others in teams to solve specific professional problems;
R.7.4. Plans/sets and meets tight deadlines to complete professional tasks or projects.
R.7.5. Demonstrates intercultural sensitivity by participating in different communities and networks.

COMPETENȚE PROFESIONALE

CP 1 – Oferă consiliere în ceea ce privește relațiile publice
 CP 2 – Elaborează strategia mediatică
 CP 3 – Utilizează diferite canale de comunicare
 CP 4 – Elaborează strategii de relații publice
 CP 5 – Face prezentări publice
 CP 6 – Dezvoltă strategii de comunicare
 CP 7 – Pregătește materiale de prezentare
 CP 8 – Stabilește relații cu media
 CP 9 – Colaborează la crearea strategiilor de marketing
 CP 10 – Analizează factorii interni ai societăților
 CP 11 – Analizează factorii externi ai societăților
 CP 12 – Oferă consiliere în ceea ce privește gestionarea conflictelor
 CP 13 – Creează materiale de promovare
 CP 14 – Conștientizează dimensiunea interculturală
 CP 15 – Coordonează evenimente

PROFESSIONAL COMPETENCES

PC 1 - Advises on public relations
 PC 2 - Develops media strategy
 PC 3 - Uses different communication channels
 PC 4 - Develops public relations strategies
 PC 5 - Makes public presentations
 PC 6 - Develops communication strategies
 PC 7 - Prepares presentation materials
 PC 8 - Establishes media relations
 PC 9 - Contributes to the creation of marketing strategies
 PC 10 - Analyzes internal company factors
 PC 11 - Analyzes external company factors
 PC 12 - Advises on conflict management
 PC 13 - Creates promotional materials
 PC 14 - Awareness of intercultural dimension
 PC 15 - Coordinates events

COMPETENȚE TRANSVERSALE

CT 1 – Își asumă responsabilitatea
 CT 2 – Gândește analitic
 CT 3 – Lucrează în echipe

TRANSVERSAL COMPETENCES

TC 1 - Takes responsibility
 TC 2 - Thinks analytically
 TC 3 - Works in teams

Detalii privind programul absolvit, calificativele / notele / creditele ECTS/SECT obținute
(Conform Registrului matricol al facultății, volumul nr. 9C / 2017)
Programme details and the individual grades / marks / ECTS/SECT credits obtained
(according to Faculty Student Records, volume no. 9C /2017)

4.3

Nr. No	Denumirea disciplinei Subject	³⁾ Total ore Number of hours		Nota / Grade		Nr. credite Number of ECTS/SECT credits	
		C	S,LP,P	Sem I 1 st sem	Sem II 2 nd sem	Sem I 1 st sem	Sem II 2 nd sem
Anul I (anul universitar 2025-2026) <i>1st year of study (2025-2026 academic year)</i>							
1	Introducere în științele comunicării 1 <i>Introduction to Communication Sciences 1</i>	28	28		-	6	-
2	Introducere în relațiile publice <i>Introduction to Public Relations</i>	28	28		-	5	-
3	Psihologia comunicării <i>Psychology of Communication</i>	28	14		-	4	-
4	Antropologie culturală și comunicare <i>Communication and Cultural Anthropology</i>	28	28		-	5	-
5	Tehnici de redactare 1 <i>Writing Techniques 1</i>	14	28		-	4	-
6	Retorică și argumentare <i>Rhetorics and Argumentation</i>	28	14		-	5	-
7	Educație fizică și sport 1 <i>Physical Education and Sports 1</i>	0	14		-	1	-
8	Introducere în științele comunicării 2 <i>Introduction to Communication Sciences 2</i>	28	28	-		-	6
9	Metode de cercetare în științele sociale <i>Social Science Research Methodology</i>	28	14	-		-	5
10	Tehnici de redactare 2 <i>Writing Techniques 2</i>	14	28	-		-	4
11	Introducere în publicitate <i>Introduction to Advertising</i>	28	28	-		-	5
12	Teoria organizațiilor <i>Organizational Theory</i>	28	14	-		-	4
13	Multimedia <i>Multimedia</i>	28	14	-		-	4
14	Educație fizică și sport 1 <i>Physical Education and Sports 2</i>	0	28	-		-	2
Promovat cu media: ⁴⁾							
Pass, average grade per academic year:				Total credite / Total ECTS/SECT credits: 60			

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 2026-2027) 2 nd year of study (2026-2027 academic year)							
1	Introducere în sistemul mass-media <i>Introduction to the Mass-Media System</i>	28	14		-	5	-
2	Comunicare mediatică audio-vizuală 1 <i>Audio-video Media Communication 1</i>	28	28		-	5	-
3	Elaborarea unui produs de relații publice 1 <i>The Development of a PR Product 1</i>	28	14		-	4	-
4	Metode de cercetare în științele comunicării <i>Communication-Science Research Methodology</i>	28	14		-	3	-
5	Limba engleză 1 în comunicare și relații publice <i>English Language 1 in Communication and Public Relations</i>	14	14		-	4	-
	Limba franceză 1 în comunicare și relații publice <i>French Language 1 in Communication and Public Relations</i>						
	Limba germană 1 în comunicare și relații publice <i>German Language 1 in Communication and Public Relations</i>						

	Limba spaniolă 1 în comunicare și relații publice <i>Spanish Language 1 in Communication and Public Relations</i>						
	Limba italiană 1 în comunicare și relații publice <i>Italian Language 1 in Communication and Public Relations</i>						
6	Cultură politică și mentalități <i>Mentalities and Politics</i>	28	14		-	5	-
	Presa și actualitatea <i>Media and Current Issues</i>						
7	Tehnica discursului public <i>Public Discourse Techniques</i>	28	28		-	4	-
	Tehnici și strategii de relații publice <i>Public Relations Techniques and Strategies</i>						
8	Etica <i>Ethics</i>	14	14	-		-	3
9	Elaborarea unui produs de relații publice 2 <i>The Development of a PR Product 2</i>	14	14	-		-	3
10	Comunicare mediatică audio-vizuală 2 <i>Audio-video Media Communication 2</i>	28	14	-		-	4
11	Tehnici de comunicare și negociere <i>Communication and Negotiation Techniques</i>	14	14	-		-	3
12	Practica de specialitate <i>Guided Practical Activities</i>	0	90	-		-	7
13	Limba engleză 2 în comunicare și relații publice <i>English Language 2 in Communication and Public Relations</i>	14	14	-		-	3
	Limba franceză 2 în comunicare și relații publice <i>French Language 2 in Communication and Public Relations</i>						
	Limba germană 2 în comunicare și relații publice <i>German Language 2 in Communication and Public Relations</i>						
	Limba spaniolă 2 în comunicare și relații publice <i>Spanish Language 2 in Communication and Public Relations</i>						
	Limba italiană 2 în comunicare și relații publice <i>Italian Language 2 in Communication and Public Relations</i>						
14	Introducere în științe politice <i>Introduction to Political Sciences</i>	14	14	-		-	4
	Dreptul comunicării <i>Communication Law</i>						
15	Istoria culturii și civilizației <i>History of Culture and Civilization</i>	14	14	-		-	3
	Sociologia comunicării <i>Communication Sociology</i>						
Promovat cu media: ⁴⁾		Total credite / Total ECTS/SECT credits: 60					
Pass, average grade per academic year:							

Nr. No	Denumirea disciplinei <i>Subject</i>	³⁾ Total ore <i>Number of hours</i>		Nota / <i>Grade</i>		Nr. credite <i>Number of ECTS/SECT credits</i>	
		C	S,LP,P	Sem I 1 st sem	Sem II 2 nd sem	Sem I 1 st sem	Sem II 2 nd sem
Anul III (anul universitar 2027-2028) <i>3rd year of study (2027-2028 academic year)</i>							
1	Comunicare internă <i>Internal Communication</i>	28	28		-	5	-
2	Relații publice sectoriale <i>Sector-Specific Public Relations</i>	28	28		-	5	-
3	Redactarea materialelor de relații publice 1 <i>Writing Public Relations Documents 1</i>	28	28		-	4	-
4	Semiotică <i>Semiotics</i>	14	14		-	4	-
5	Comunicare interculturală <i>Intercultural Communication</i>	28	14		-	4	-

		Marketing <i>Marketing</i>						
6		Limba engleză 3 în comunicare și relații publice <i>English Language 1 in Communication and Public Relations</i>	14	14		-	4	-
		Limba franceză 3 în comunicare și relații publice <i>French Language 1 in Communication and Public Relations</i>						
		Limba germană 3 în comunicare și relații publice <i>German Language 1 in Communication and Public Relations</i>						
		Limba spaniolă 3 în comunicare și relații publice <i>Spanish Language 1 in Communication and Public Relations</i>						
		Limba italiană 3 în comunicare și relații publice <i>Italian Language 1 in Communication and Public Relations</i>						
7		Tehnici de colectare a informațiilor <i>Techniques of Data Collection</i>	28	14		-	4	-
		Imaginea publică în campaniile de relații publice <i>Public Image in Public Relations Campaigns</i>						
8		Managementul relațiilor publice <i>Public Relations Marketing</i>	28	28	-		-	4
9		Organizarea de evenimente <i>Event Planning</i>	28	28	-		-	4
10		Comunicarea cu presa <i>Press Relations</i>	28	14	-		-	4
11		Redactarea materialelor de relații publice 2 <i>Writing Public Relations Documents 2</i>	28	14	-		-	3
12		Elaborarea lucrării de licență (56 de ore) <i>Elaboration of the Bachelor's Thesis (56 hours)</i>	0	56	-		-	3
13		Comunicarea în situații de criză <i>Crisis Communication</i>	28	14	-		-	4
		Strategii persuasive în comunicare și relații publice <i>Persuasive Strategies in Communication and PR</i>						
14		Managementul rețelelor de comunicare <i>Communication Networks Management</i>	14	14	-		-	4
		Creație în publicitate <i>Creative Advertising</i>						
15		Ritualuri de comunicare <i>Communicative Rituals</i>	28	14	-		-	4
		Instituția purtătorului de cuvânt <i>Spokesperson Institution</i>						
Promovat cu media: ⁴⁾								
Pass, average grade per academic year:				Total credite / Total ECTS/SECT credits: 60				

Promovat: DA	Media ⁵⁾ de promovare a studiilor (ponderată cu puncte de credit – dacă este cazul):	Total credite: 180
Pass: YES	Overall average grade (credit- weighted average – if available):	Total ECTS/SECT credits: 180

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

4.4

Notarea unei discipline se face pe o scală de la 10 la 1, notele acordate fiind numere întregi; nota minimă de promovare este 5, iar nota maximă este 10.
Media minimă de promovare a anilor de studii pentru promoția, domeniul de studii ȘTIINȚE ALE COMUNICĂRII, programul de studii COMUNICARE ȘI RELAȚII PUBLICE este (.....%), iar media maximă este (.....%), titularul fiind clasat pe locul dintr-un total de absolvenți.
Grades are integer numbers and given on a scale from 10 (the highest grade) to 1 (the lowest grade); the lowest passing grade is 5.
The passing overall average grades for the class of, field of study COMMUNICATION SCIENCES, study programme in COMMUNICATION AND PUBLIC RELATIONS, are lowest average: (.....%) (out of 10) and highest average: (.....%) (out of 10), the degree holder is ranked out of graduates.

5. INFORMAȚII SUPLIMENTARE ADDITIONAL INFORMATION

Informații suplimentare
Additional information

Alte surse pentru obținerea mai multor informații
Further information sources

5.1

5.2

720229 SUCEAVA, Str. Universității nr. 13
Telefon: +40 230 520081
Fax: +40 230 520080
www.usv.ro

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

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

Access to further study (after passing the final examination)

6.1

Studii universitare de masterat
Master studies

Statutul profesional
Professional status

6.2

Ocupații posibile: 2432 – specialiști în relații publice, 2432.9.1 - purtător de cuvânt/purtătoare de cuvânt, 2431.4 - brand manager.

Possible occupations: 2432 - Public Relations Specialists; 2432.9.1 – Spokesperson. 2431.4 - Brand Manager.

7. LEGALITATEA SUPLIMENTULUI CERTIFICATION OF THE SUPPLEMENT

Funcția
Position

Semnătura
Signature

Funcția
Position

Semnătura
Signature

7.1

Rector
Rector
Prof. univ. dr. Mihai DIMIAN

7.2

Secretar șef universitate
University Registrar
Jurist Maria MUSCĂ

7.3

Decan
Dean
Prof. univ. dr. Daniela-Viorica PETROȘEL

7.4

Secretar șef facultate
Faculty Registrar
Ing. Mihaela ȘTEFAN

⁶⁾Nr. și data eliberării
No., dated

Ștampila sau sigiliul oficial
Official stamp or seal

7.5

/

Acest document conține un număr de 14 pagini.
This document consists of 14 pages.

7.6

L.S.

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

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

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

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

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

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

⁴⁾ Media anuală cu două zecimale, fără rotunjire.

⁴⁾ Average grade per academic year, with two decimals and without rounding off.

⁵⁾ Media generală cu două zecimale, fără rotunjire.

⁵⁾ Overall average grade with two decimals and without rounding off.

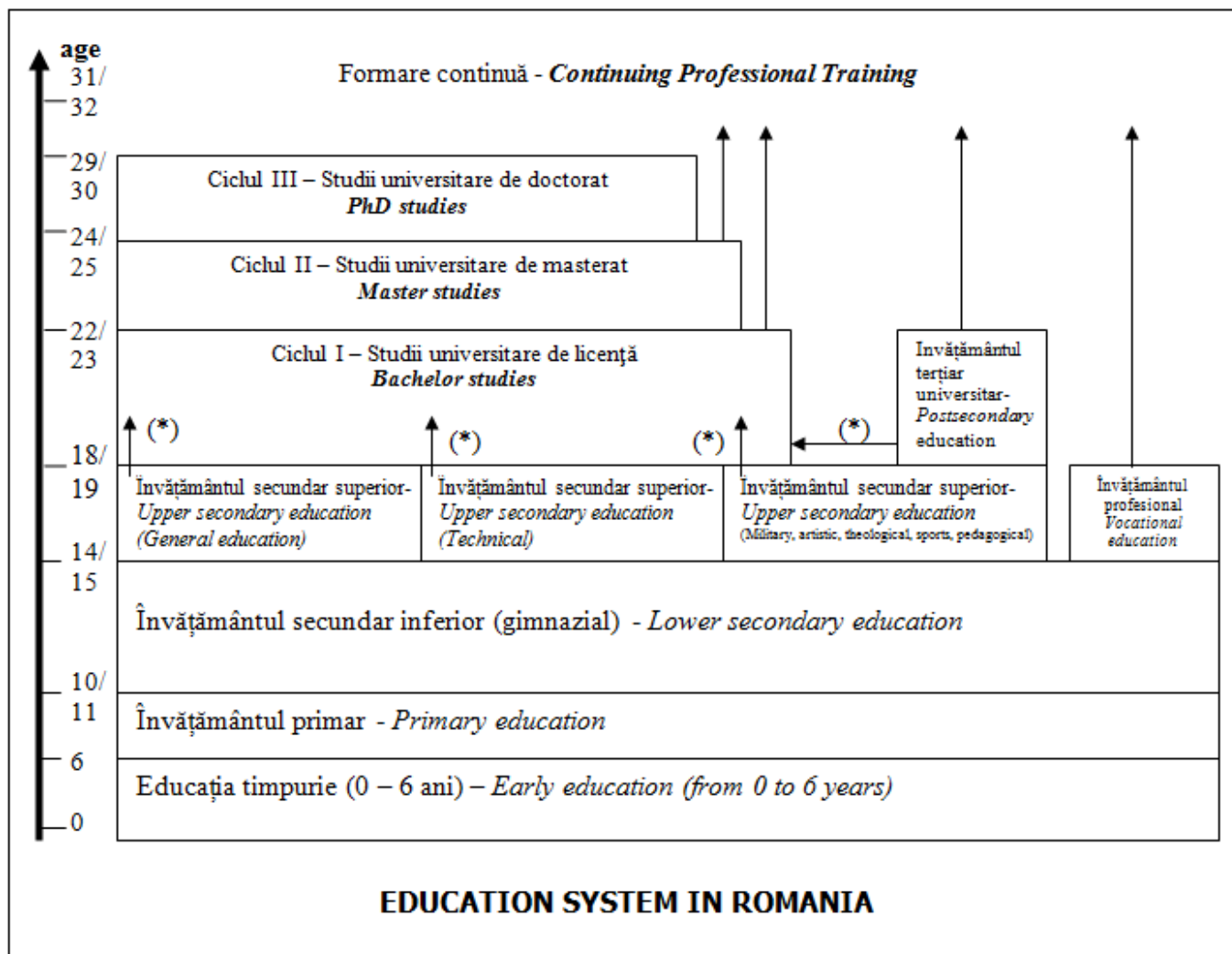
⁶⁾ Se va completa de către instituția care a asigurat școlarizarea titularului.

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

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

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

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



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

Accesul în învățământul superior se bazează pe diploma de bacalaureat (obținută la sfârșitul învățământului secundar superior), iar accesul la programe de master se bazează pe diploma obținută după finalizarea studiilor de licență (BA/BSc/BEng).
Access to higher education is based on the baccalaureate diploma (obtained at the end of upper secondary education), and access to master programmes is based on the bachelor degree (BA/BSc/BEng).

Studiile universitare de licență (BA/BSc/BEng) presupun 180-240 de puncte de credit, calculate în conformitate cu sistemul european de credite transferabile (ECTS/SECT) și se finalizează prin nivelul 6 din cadrul european al calificărilor pentru învățare pe tot parcursul vieții (EQF/CEC).
Bachelor studies (BA/BSc/BEng) presuppose 180-240 credit points, calculated in accordance with the European Credit Transfer System (ECTS/SECT), and ends with the level 6 from the European Qualifications Framework for lifelong learning (EQF/CEC).

Studiile universitare de master (MA/MSc/MEng) presupun 60-120 puncte de credit, calculate în conformitate cu sistemul european de credite transferabile (ECTS/SECT) și se finalizează prin nivelul 7 din EQF/CEC.
Master studies (MA/MSc/MEng) presuppose 60-120 credit points, calculated in accordance with the European Credit Transfer System (ECTS/SECT), and ends with the level 7 EQF/CEC.

Pentru profesii reglementate prin norme, recomandări sau bune practici europene, studiile universitare de licență și masterat pot fi oferite comasat, într-un program unitar de studii universitare cu o durată cuprinsă între 5 și 6 ani, la învățământul cu frecvență, diplomele obținute fiind echivalente diplomei de master (în următoarele domenii de studiu: Medicină - 360 ECTS/SECT, Stomatologie - 360 ECTS/SECT, Farmacie - 300 ECTS/SECT, Medicină Veterinară - 360 ECTS/SECT, Arhitectură - 360 ECTS/SECT).
For professions regulated by European norms, regulations or good practices, bachelor (BA/BSc/BEng) and master studies (MA/MSc/MEng) can be provided as part of a 5 to 6 year full-time programme of study, thus diplomas are recognised as master's degree certificates (the following fields of study are considered: Medicine - 360 ECTS/SECT, Dentistry - 360 ECTS/SECT, Pharmacy - 300 ECTS/SECT, Veterinary Medicine - 360 ECTS/SECT, Architecture - 360 ECTS/SECT).

Studiile universitare de doctorat conduc la o teză de doctorat, iar candidații care finalizează primesc diploma de doctor. Studiile universitare de doctorat permit dobândirea unei calificări de nivelul 8 din EQF/CEC.
PhD studies result in a doctoral research thesis, while successful candidates are awarded a PhD diploma. Doctoral studies allow obtaining a qualification at level 8 EQF/CEC.

Sistemul de învățământ superior românesc este un sistem deschis. Toate universitățile din România folosesc Sistemul European de Credite Transferabile (ECTS/SECT).
The Romanian higher education system is an open system. All Romanian universities use the European Credit Transfer System (ECTS/SECT).

Programele de studii universitare pot fi organizate, după caz, conform reglementărilor legale în vigoare, la următoarele forme de învățământ: cu frecvență, cu frecvență redusă și la distanță.
University programs can be organized, as appropriate, according to legal regulations, at the following forms of education: full time, part time and distantly.

De asemenea, universitățile oferă programe de formare profesională continuă, pe baza cererilor de pe piața muncii.
Universities also provide continuing professional training programmes based on the market demands.

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