SUPLIMENT LA DIPLOMĂ
DIPLOMA SUPPLEMENT

[1)] Acest supliment însoţeşte diploma de master cu seria nr.
This Supplement is for Master diploma series no.

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

	Numele de familie la naştere *Family name(s) at birth*		Numele de familie după căsătorie (dacă este cazul) *Family name(s) (after marriage) (if applicable)*
1.1a		1.1b	
	Iniţiala (iniţialele) prenumelui (prenumelor) tatălui/ mamei *Initial(s) of father's/ mother's first name(s)*		Prenumele *First name(s)*
1.2a		1.2b	
	Data naşterii (ziua/luna/anul) *Date of birth (day/month/year)*		Locul naşterii *Place of birth*
1.3a		1.3b	

	Numărul matricol *Student enrolment number*		Codul numeric personal (CNP) *Personal identification number*		Anul înmatriculării *Year of enrolment*
1.4				1.5	

2. INFORMAŢII PRIVIND CALIFICAREA
INFORMATION IDENTIFYING THE QUALIFICATION

Denumirea calificării şi (dacă este cazul) titlul acordat (după promovarea examenului de finalizare a studiilor)
Name of qualification and (if applicable) title awarded (after passing the final examination)

Comunicare instituțională. Master

	Domeniul de studii *Field of study*		Programul de studii *Programme of study*
2.2a	**Științe ale Comunicării**	2.2b	**Comunicare Instituțională**
	Numele şi statutul instituţiei de învăţământ superior care eliberează diploma (în limba română) *Name and status of awarding institution*		Facultatea/ Departamentul care organizează examenul de finalizare a studiilor *Faculty/Department administering the final examination*
2.3a	**UNIVERSITATEA "APOLLONIA"DIN IAŞI universitate privată acreditată**	2.3b	**Facultate de Științe ale Comunicării**
	Numele şi statutul instituţiei de învăţământ superior care a asigurat şcolarizarea (dacă diferă de 2.3a, în limba română) *Name and status of institution administering studies (if different from 2.3a)*		Facultatea/ Departamentul care a asigurat şcolarizarea (dacă diferă de 2.3b) *Faculty/Department administering studies (if different from 2.3b)*
2.4a	-	2.4b	-

Limba (limbile) de studiu / examinare
Language(s) of instruction/ examination

2.5 **Română**

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

	Nivelul calificării *Level of qualification*		Durata oficială a programului de studii şi numărul de credite de studiu transferabile (conform Sistemului European de Credite Transferabile - ECTS) *Official length of the programme of study and number of ECTS credits*
3.1	**Studii universitare de masterat** ***Master studies***	3.2	**2 ani, 120 credite** ***2 years, 120 ECTS***

Condiţii de admitere
Access requirement(s)

3.3	**Diplomă de licenţă, documente legale** ***Long-term higher education/ bachelor degree + legal documents competition***

4.INFORMAŢII PRIVIND CURRICULUMUL ŞI REZULTATELE OBŢINUTE
INFORMATION ON THE CURRICULUM AND RESULTS GAINED

Forma de învăţământ
Mode of study

4.1	**Învăţământ de zi** ***Full-time***

Competenţele asigurate prin programul de studii
Learning outcomes of the programme of study

4.2

Competențe profesionale:

1. analizeaza procedurile electorale
2. ofera consiliere în ceea ce priveste relatiile publice 3
3. consiliaza politicienii în ceea ce priveste procedurile electorale
4. tine legatura cu colegii
5. elaboreaza strategia mediatica
6. ofera consiliere în ceea ce priveste imaginea publica
7. pledeaza pentru o cauza
8. prezinta argumente în mod convingator
9. desfasoara activitati de colectare de fonduri
10. pastreaza registre profesionale
11. influenteaza comportamentul de vot
12. utilizeaza diferite canale de comunicare
13. discuta cu trecatorii
14. integreaza fundamentul strategic în activitatea curenta
15. elaboreaza strategii de relatii publice
16. face prezentari publice
17. dezvolta strategii de comunicare
18. desfasoara activitati de relatii publice
19. pregateste materiale de prezentare
20. redacteaza comunicate de presa
21. organizeaza conferinte de presa
22. protejeaza interesele clientului
23. stabileste relatii cu media
24. ofera interviuri mass-mediei
25. analizeaza factorii externi ai societatilor
26. coordoneaza alinierea eforturilor în scopul dezvoltarii afacerii
27. integreaza strategiile de marketing în strategia globala
28. colaboreaza la crearea strategiilor de marketing
29. studiaza nivelurile vânzarilor de produse
30. efectueaza cercetare de piata
31. dezvolta planul pentru comunitatea online
32. transpune conceptele cerintelor în continut
33. furnizeaza informatii în scris
34. utilizeaza software pentru sistemele de gestionare de continut
35. coordoneaza actiunile din planul de marketing

36. analizeaza factorii interni ai societatilor
37. studiaza dorintele utilizatorilor de site-uri web
38. efectueaza analiza datelor online
39. elaboreaza strategii de marketing
40. analizeaza sondajele în rândul clientilor
41. modereaza forumuri
42. elaboreaza campanii de marketing
43. identifica piete potentiale pentru societati
44. da curs solicitarilor online formulate de utilizatori
45. monitorizeaza profitabilitatea
46. defineste obiective de marketing masurabile
47. ofera feedback
48. analizeaza rapoartele de lucru formulate în scris
49. analizeaza tendintele de cumparare
50. creeaza un buget anual de marketing
51. dezvolta retele profesionale
52. evalueaza continutul materialelor de marketing
53. aplica strategii de marketing aferent platformelor de comunicare sociala
54. creeaza titlul continutului
55. identifica indicatori-cheie de performanta
56. gestioneaza proiecte de dezvoltare de continut
57. prezinta colaboratorilor planurile de afaceri
58. ofera consiliere în ceea ce priveste acte legislative
59. relationeaza cu agentiile guvernamentale
60. participa la negocieri politice
61. gestioneaza relatiile cu partile interesate
62. influenteaza legiuitorii
63. aplica principiile diplomatiei
64. gestioneaza implementarea politicii guvernamentale
65. ofera consiliere în ceea ce priveste gestionarea conflictelor
66. exercita fata de colegi leadership orientat catre rezultate
67. aplica gândire strategica
68. utilizeaza tehnici de comunicare
69. stabileste calendarul campaniei
70. creeaza materiale de promovare
71. organizeaza sustinatorii
72. concepe actiuni de campanie
73. comunica cu mass-media
74. gestioneaza bugete
75. implementeaza planificarea strategica
76. întretine sisteme de comunicare interna
77. recruteaza angajati
78. coordoneaza evenimente
79. asigura managementul de proiect
80. dezvolta instrumente promotionale
81. tine legatura cu managerii
82. gestioneaza personal

Professional skills:

1. analyze the electoral procedures

2. provides advice regarding public relations 3

3. advises politicians regarding electoral procedures

4. keep in touch with colleagues

5. elaborates the media strategy

6. provides advice regarding the public image

7. plead for a cause

8. presents arguments convincingly

9. carry out fund collection activities

10. keep professional records
11. influences voting behavior
12. uses different communication channels
13. chat with passers-by
14. integrates the strategic foundation in the current activity
15. elaborates public relations strategies
16. make public presentations
17. develop communication strategies
18. carry out public relations activities
19. prepare presentation materials
20. drafts press releases
21. organize press conferences
22. protects the client's interests
23. establishes relations with the media
24. gives interviews to the mass media
25. analyzes the external factors of the companies
26. coordinates the alignment of efforts in order to develop the business
27. integrates marketing strategies into the global strategy
28. collaborates in the creation of marketing strategies
29. study the levels of product sales
30. carry out market research
31. develop the plan for the online community
32. transposes the concepts of requirements into content
33. provide information in writing
34. uses software for content management systems
35. coordinates the actions of the marketing plan
36. analyzes the internal factors of the companies
37. studies the wishes of website users
38. perform online data analysis
39. develops marketing strategies
40. analyze customer surveys
41. moderate forums
42. develops marketing campaigns
43. identify potential markets for companies
44. responds to online requests made by users
45. monitors profitability
46. defines measurable marketing objectives
47. provides feedback
48. analyzes the written work reports
49. analyze buying trends
50. create an annual marketing budget
51. develop professional networks

52. evaluates the content of marketing materials
53. apply marketing strategies related to social communication platforms
54. create the title of the content
55. identify key performance indicators
56. manages content development projects
57. presents the business plans to the collaborators
58. provides advice regarding legislative acts
59. relates to government agencies
60. participate in political negotiations
61. manages relations with interested parties
62. influence legislators
63. apply the principles of diplomacy
64. manages the implementation of government policy
65. offers advice on conflict management
66. exercise results-oriented leadership towards colleagues
67. apply strategic thinking
68. uses communication techniques
69. establishes the campaign calendar
70. create promotional materials
71. organize the supporters
72. designs campaign actions
73. communicate with the mass media
74. manage budgets
75. implement strategic planning
76. maintains internal communication systems
77. recruit employees
78. coordinates events
79. ensure project management
80. develop promotional tools
81. keep in touch with the managers
82. manage staff

Competențele profesionale specifice programului

consultant relatii publice - 2432.9
- influentează legiutorii
– participa la negocieri politice
- ofera consiliere in ceea ce priveste acte legislative

manager relatii cu clientii - 2431.6
- conduce managementul unei institutii
- dezvolta retele profesionale
- identifica noi oportunitati de afaceri

manager relatii cu investitorii - 2412.6.4
- analizeaza performanta financiara a unei societati
- analizeaza planul de afaceri
- comunica cu actionarii

ofiter relatii publice - 2432.9
- dezvolta continut digital
- consolidarea increderii
- utilizeaza diferite canale de comunicare

Program-specific professional skills

public relations consultant - 2432.9
- influences legislators
- participates in political negotiations
- provides advice on legislative acts

client relations manager - 2431.6
- leads the management of an institution
- develops professional networks
- identifies new business opportunities

investor relations manager - 2412.6.4
- analyzes the financial performance of a company
- analyzes the business plan
- communicates with shareholders

public relations officer - 2432.9
- develops digital content
- builds trust
- uses different communication channels

Competențe transversale:
- Executarea unor sarcini profesionale complexe, în condiţii de autonomie şi independenţă;
- Medierea conflictelor şi asumarea rolului de mediator în grupurile profesionale;
- Capacitatea de autocontrol şi învăţare continuă, de transfer a cunoaşterii proprii către colegi;
- Capacitatea de a lucra în echipă, în medii organizaționale diverse și multiculturale;
- Abilități de gândire critică și analiză strategică, aplicabile în luarea deciziilor comunicaționale complexe;
- Capacitatea de adaptare la schimbare, de învățare continuă și de integrare a noilor tendințe în domeniul comunicării instituționale;
- Respectarea principiilor etice și deontologice, în toate formele de comunicare instituțională;
- Management eficient al timpului și al resurselor, în vederea realizării obiectivelor organizaționale și profesionale;
- Capacitatea de a iniția, organiza și conduce proiecte comunicare instituțională, inclusiv în contexte de afaceri sau sociale.

Transversal skills:
- Performing complex professional tasks, under conditions of autonomy and independence;
- Mediating conflicts and assuming the role of mediator in professional groups;
- Ability to self-control and continuous learning, to transfer one's knowledge to colleagues;
- Ability to work in a team, in diverse and multicultural organizational environments;
- Critical thinking and strategic analysis skills, applicable in making complex communication decisions;
- Ability to adapt to change, continuous learning and integration of new trends in the field of institutional communication;
- Respect for ethical and deontological principles, in all forms of institutional communication;
- Efficient management of time and resources, in order to achieve organizational and professional objectives;
- Ability to initiate, organize and lead institutional communication projects, including in business or social contexts.

Rezultate așteptate ale învățării

Cunoștințe:
C1 Elaborarea și implementarea strategiilor de comunicare instituțională, adaptate diferitelor tipuri de organizații (publice, private, non-guvernamentale)
Absolventul va:
- cunoaște componentele esențiale ale unei strategii de comunicare instituțională;
- identifica diferențele structurale și funcționale dintre tipurile de organizații și modul în care acestea

influențează strategiile comunicaționale.
C2 Gestionarea eficientă a comunicării interne și externe, prin utilizarea canalelor și instrumentelor moderne de comunicare;
Absolventul va:
- diferenția între nevoile de comunicare interne și externe;
- înțelege dinamica fluxurilor informaționale interne și externe.
C3 Redactarea de mesaje, discursuri, rapoarte, comunicate de presă și alte documente oficiale, conforme cu normele etice și stilistice ale comunicării instituționale
Absolventul va:
- recunoaște normele etice și stilistice în comunicarea instituțională;
- înțelege structura comunicării scrise în documentele oficiale.
C4 Analiza și evaluarea impactului campaniilor de comunicare, prin aplicarea metodelor calitative și cantitative de cercetare
Absolventul va:
- înțelege principiile de validitate, fiabilitate și relevanță ale datelor obținute în campanii;
- clasifica indicatorii de performanță comunicațională și criteriile de succes ale unei campanii.
C5 Dezvoltarea și consolidarea imaginii și identității instituționale, inclusiv în contexte de criză sau situații de urgență comunicațională
Absolventul va:
- distinge între factorii care influențează percepția publică și imaginea instituțională;
- înțelege rolul comunicării în construirea încrederii instituționale.
C6 Utilizarea integrată a conceptelor și metodologiilor specifice comunicării strategice pentru identificarea, analiza, diagnoza și gestionarea situațiilor de risc.
Absolventul va:
- defini conceptele cheie din comunicarea strategică și le va corela cu analiza riscurilor;
- identifica etapele procesului de diagnoză comunicațională și metodele asociate.
C7 Utilizarea tehnologiilor digitale și a platformelor de comunicare online în scopul analizei datelor, promovării mesajelor instituționale și interacțiunii cu publicul
Absolventul va:
- clasifica tipurile de risc comunicațional și modalitățile de gestionare prin comunicare strategică;
- recunoaște tendințele actuale în digital media.
C8 Dezvoltarea și implementarea politicilor de responsabilitate socială corporativă (CSR), ca parte integrantă a strategiei de comunicare instituțională
Absolventul va:
- cunoaște cerințele legale și etice privind responsabilitatea social;
- înțelege relația dintre inițiativele CSR și percepția publică.
C9 Gestionarea relațiilor cu mass-media și cu alți parteneri instituționali, în scopul creșterii vizibilității și credibilității instituției
Absolventul va:
- înțelege dinamica relației dintre instituții și mass-media;
- recunoaște rolul parteneriatelor strategice în comunicare.
C10 Aplicarea tehnicilor de lobby și advocacy, în scopul susținerii intereselor instituției în spațiul public și în fața actorilor relevanți
Absolventul va:
- înțelege cadrul legal privind influențarea politicilor publice;
- cunoaște conceptele, diferențele și metodele de lobby și advocacy.
C11 Elaborarea de planuri de comunicare integrate în cadrul proiectelor cu finanțare europeană sau internațională, respectând cerințele de vizibilitate și raportare
Absolventul va:
- recunoaște etapele ciclului de viață al unui proiect și implicările comunicaționale;
- înțelege normele de vizibilitate și branding impuse de ghidurile proiectelor.

Abilități:
C1 Elaborarea și implementarea strategiilor de comunicare instituțională, adaptate diferitelor tipuri de organizații (publice, private, non-guvernamentale)
Absolventul va:
- elabora planuri de comunicare adaptate structurii și misiunii organizației;
- corela obiectivele de comunicare cu obiectivele organizaționale generale.
C2 Gestionarea eficientă a comunicării interne și externe, prin utilizarea canalelor și instrumentelor moderne de comunicare
Absolventul va:
- aplica tehnici moderne de comunicare internă și externă, adaptate culturii organizaționale;
- optimiza fluxurile de informare pentru a crește coeziunea și transparența instituțională.

C3 Redactarea de mesaje, discursuri, rapoarte, comunicate de presă și alte documente oficiale, conforme cu normele etice și stilistice ale comunicării instituționale
Absolventul va:
- redacta documente oficiale clare, coerente și corecte din punct de vedere stilistic și etic;
- utiliza registre lingvistice și formate corespunzătoare în redactarea mesajelor formale.
C4 Analiza și evaluarea impactului campaniilor de comunicare, prin aplicarea metodelor calitative și cantitative de cercetare
Absolventul va:
- utiliza instrumente de analiză pentru optimizarea comunicării;
- elabora rapoarte de evaluare în baza dovezilor empirice.
C5 Dezvoltarea și consolidarea imaginii și identității instituționale, inclusiv în contexte de criză sau situații de urgență comunicațională
Absolventul va:
- proiecta strategii de poziționare și de construcție a imaginii instituționale;
- aplica planuri de intervenție comunicațională în situații de criză reputațională.
C6 Utilizarea integrată a conceptelor şi metodologiilor specifice comunicării strategice pentru identificarea, analiza, diagnoza și gestionarea situațiilor de risc.
Absolventul va:
- realiza diagnoze comunicaționale și scenarii de risc;
- aplica tehnici de prevenție și intervenție comunicațională.
C7 Utilizarea tehnologiilor digitale și a platformelor de comunicare online în scopul analizei datelor, promovării mesajelor instituționale și interacțiunii cu publicul
Absolventul va:
- monitoriza interacțiunile online și adapta strategiile în timp real;
- interpreta datele colectate din mediile digitale pentru îmbunătățirea comunicării.
C8 Dezvoltarea și implementarea politicilor de responsabilitate socială corporativă (CSR), ca parte integrantă a strategiei de comunicare instituțională
Absolventul va:
- elabora politici de responsabilitate socială corporativă aliniate la misiunea instituției;
- genera mesaje de încredere și coerență pentru consolidarea reputației instituției.
C9 Gestionarea relațiilor cu mass-media și cu alți parteneri instituționali, în scopul creșterii vizibilității și credibilității instituției
Absolventul va:
- optimiza prezența și imaginea instituțională prin canale clasice și digitale de comunicare;
- monitoriza permanent percepția publică asupra instituției.
C10 Aplicarea tehnicilor de lobby și advocacy, în scopul susținerii intereselor instituției în spațiul public și în fața actorilor relevanți
Absolventul va:
- construi rețele de influență și alianțe strategice;
- realiza campanii de vizibilitate prin colaborări externe.
C11 Elaborarea de planuri de comunicare integrate în cadrul proiectelor cu finanțare europeană sau internațională, respectând cerințele de vizibilitate și raportare
Absolventul va:
- planifica și redacta planuri de comunicare pentru proiecte cu fonduri externe;
- asigura conformitatea și transparența în comunicarea cu partenerii internaționali și finanțatorii.

Responsabilitate și autonomie:
C1 Elaborarea și implementarea strategiilor de comunicare instituțională, adaptate diferitelor tipuri de organizații (publice, private, non-guvernamentale)
Absolventul va:
- coordona autonom implementarea strategiei de comunicare a unei instituții;
- asuma responsabilitatea pentru adecvarea și eficiența deciziilor strategice.
C2 Gestionarea eficientă a comunicării interne și externe, prin utilizarea canalelor și instrumentelor moderne de comunicare
Absolventul va:
- asigura transparența și coerența comunicării în toate direcțiile;
- decide independent asupra metodelor de îmbunătățire a fluxurilor comunicaționale.
C3 Redactarea de mesaje, discursuri, rapoarte, comunicate de presă și alte documente oficiale, conforme cu normele etice și stilistice ale comunicării instituționale
Absolventul va:
- asumă responsabilitatea pentru acuratețea informațiilor transmise;
- reflecta critic asupra rezultatelor acțiunilor de comunicare instituțională.
C4 Analiza și evaluarea impactului campaniilor de comunicare, prin aplicarea metodelor calitative și cantitative

de cercetare
Absolventul va:
- manifesta o etică profesională și o responsabilitate sporită în colectarea, gestionarea și comunicarea datelor și informațiilor;
- asuma roluri de conducere sau consiliere în echipe de comunicare instituțională.
C5 Dezvoltarea și consolidarea imaginii și identității instituționale, inclusiv în contexte de criză sau situații de urgență comunicațională
Absolventul va:
- lua decizii responsabile în gestionarea situațiilor de criză;
- coordona comunicarea imaginii în mod etic și strategic.
C6 Utilizarea integrată a conceptelor şi metodologiilor specifice comunicării strategice pentru identificarea, analiza, diagnoza și gestionarea situațiilor de risc.
Absolventul va:
- gestiona responsabil semnele timpurii ale crizei;
- manifesta discernământ în luarea deciziilor strategice sub presiune.
C7 Utilizarea tehnologiilor digitale și a platformelor de comunicare online în scopul analizei datelor, promovării mesajelor instituționale și interacțiunii cu publicul
Absolventul va:
- respecta etica și normele de comunicare online;
- gestiona etic și responsabil informațiile și datele sensibile în procesul comunicării.
C8 Dezvoltarea și implementarea politicilor de responsabilitate socială corporativă (CSR), ca parte integrantă a strategiei de comunicare instituțională
Absolventul va:
- iniția și coordona campanii CSR cu impact asupra comunității și reputației instituției;
- reflecta asupra implicațiilor sociale ale deciziilor de comunicare.
C9 Gestionarea relațiilor cu mass-media și cu alți parteneri instituționali, în scopul creșterii vizibilității și credibilității instituției
Absolventul va:
- construi parteneriate media durabile și transparente;
- evalua etic oportunitățile de expunere publică.
C10 Aplicarea tehnicilor de lobby și advocacy, în scopul susținerii intereselor instituției în spațiul public și în fața actorilor relevanți
Absolventul va:
- conduce acțiuni strategice de influențare în limitele cadrului legal și etic;
- promova inițiative de interes public și instituțional într-o manieră responsabilă.
C11 Elaborarea de planuri de comunicare integrate în cadrul proiectelor cu finanțare europeană sau internațională, respectând cerințele de vizibilitate și raportare
Absolventul va:
- reprezinta instituția în relație cu decidenți și grupuri de interes;
- raporta coerent și complet activitățile de comunicare derulate.

Expected learning outcomes

Knowledge:
C1 Develop and implement institutional communication strategies, adapted to different types of organizations (public, private, non-governmental)
The graduate will:
- know the essential components of an institutional communication strategy;
- identify the structural and functional differences between types of organizations and how they influence communication strategies.
C2 Efficiently manage internal and external communication, by using modern communication channels and tools;
The graduate will:
- differentiate between internal and external communication needs;
- understand the dynamics of internal and external information flows.
C3 Draft messages, speeches, reports, press releases and other official documents, in accordance with the ethical and stylistic norms of institutional communication
The graduate will:
- recognize the ethical and stylistic norms in institutional communication;
- understand the structure of written communication in official documents.
C4 Analysis and evaluation of the impact of communication campaigns, by applying qualitative and quantitative research methods
The graduate will:

- understand the principles of validity, reliability and relevance of data obtained in campaigns;
- classify communication performance indicators and success criteria of a campaign.
C5 Developing and strengthening the institutional image and identity, including in crisis contexts or communication emergency situations
The graduate will:
- distinguish between the factors that influence public perception and institutional image;
- understand the role of communication in building institutional trust.
C6 Integrated use of concepts and methodologies specific to strategic communication for the identification, analysis, diagnosis and management of risk situations.
The graduate will:
- define the key concepts in strategic communication and correlate them with risk analysis;
- identify the stages of the communication diagnosis process and associated methods.
C7 Using digital technologies and online communication platforms for the purpose of data analysis, promoting institutional messages and interacting with the public
The graduate will:
- classify the types of communication risk and the ways of managing them through strategic communication;
- recognize current trends in digital media.
C8 Developing and implementing corporate social responsibility (CSR) policies as an integral part of the institutional communication strategy
The graduate will:
- know the legal and ethical requirements regarding social responsibility;
- understand the relationship between CSR initiatives and public perception.
C9 Managing relations with the media and other institutional partners, in order to increase the visibility and credibility of the institution
The graduate will:
- understand the dynamics of the relationship between institutions and the media;
- recognize the role of strategic partnerships in communication.
C10 Applying lobbying and advocacy techniques, in order to support the interests of the institution in the public space and before relevant actors
The graduate will:
- understand the legal framework regarding influencing public policies;
- know the concepts, differences and methods of lobbying and advocacy.
C11 Developing integrated communication plans within projects with European or international funding, respecting visibility and reporting requirements
The graduate will:
- recognize the stages of a project's life cycle and communication implications;
- understand the visibility and branding norms imposed by the project guidelines.

Skills:
C1 Developing and implementing institutional communication strategies, adapted to different types of organizations (public, private, non-governmental)
The graduate will:
- develop communication plans adapted to the structure and mission of the organization;
- correlate communication objectives with general organizational objectives.
C2 Efficient management of internal and external communication, by using modern communication channels and tools
The graduate will:
- apply modern internal and external communication techniques, adapted to the organizational culture;
- optimize information flows to increase institutional cohesion and transparency.
C3 Writing messages, speeches, reports, press releases and other official documents, in accordance with the ethical and stylistic norms of institutional communication
The graduate will:
- write clear, coherent and stylistically and ethically correct official documents;
- use appropriate linguistic registers and formats in writing formal messages.
C4 Analysis and evaluation of the impact of communication campaigns, by applying qualitative and quantitative research methods
The graduate will:
- use analysis tools to optimize communication;
- develop evaluation reports based on empirical evidence.
C5 Development and consolidation of institutional image and identity, including in crisis contexts or communication emergency situations
The graduate will:
- design strategies for positioning and building the institutional image;

- apply communication intervention plans in reputational crisis situations.
C6 Integrated use of concepts and methodologies specific to strategic communication for the identification, analysis, diagnosis and management of risk situations.
The graduate will:
- carry out communication diagnoses and risk scenarios;
- apply communication prevention and intervention techniques.
C7 Use of digital technologies and online communication platforms for the purpose of data analysis, promotion of institutional messages and interaction with the public
The graduate will:
- monitor online interactions and adapt strategies in real time;
- interpret data collected from digital media to improve communication.
C8 Develop and implement corporate social responsibility (CSR) policies as an integral part of the institutional communication strategy
The graduate will:
- develop corporate social responsibility policies aligned with the institution's mission;
- generate messages of trust and coherence to strengthen the institution's reputation.
C9 Managing relations with the media and other institutional partners, in order to increase the visibility and credibility of the institution
The graduate will:
- build sustainable and transparent media partnerships;
- ethically evaluate public exposure opportunities.
C10 Applying lobbying and advocacy techniques, in order to support the interests of the institution in the public space and before relevant actors
The graduate will:
- lead strategic influencing actions within the limits of the legal and ethical framework;
- promote initiatives of public and institutional interest in a responsible manner.
C11 Developing integrated communication plans within projects with European or international funding, respecting visibility and reporting requirements
The graduate will:
- represent the institution in relations with decision-makers and interest groups;
- report coherently and completely the communication activities carried out.

Responsibility and autonomy:
C1 Develop and implement institutional communication strategies, adapted to different types of organizations (public, private, non-governmental)
The graduate will:
- autonomously coordinate the implementation of an institution's communication strategy;
- assume responsibility for the adequacy and efficiency of strategic decisions.
C2 Efficient management of internal and external communication, by using modern communication channels and tools
The graduate will:
- ensure transparency and coherence of communication in all directions;
- independently decide on methods for improving communication flows.
C3 Draft messages, speeches, reports, press releases and other official documents, in accordance with the ethical and stylistic norms of institutional communication
The graduate will:
- assume responsibility for the accuracy of the information transmitted;
- reflect critically on the results of institutional communication actions.
C4 Analysis and evaluation of the impact of communication campaigns, by applying qualitative and quantitative research methods
The graduate will:
- demonstrate professional ethics and increased responsibility in the collection, management and communication of data and information;
- assume leadership or advisory roles in institutional communication teams.
C5 Developing and strengthening the institutional image and identity, including in crisis contexts or communication emergency situations
The graduate will:
- make responsible decisions in managing crisis situations;
- coordinate the communication of the image in an ethical and strategic manner.
C6 Integrated use of concepts and methodologies specific to strategic communication for the identification, analysis, diagnosis and management of risk situations.
The graduate will:
- responsibly manage early signs of crisis;

- demonstrate discernment in making strategic decisions under pressure.

C7 Using digital technologies and online communication platforms for the purpose of data analysis, promoting institutional messages and interacting with the public

The graduate will:

- respect the ethics and norms of online communication;
- ethically and responsibly manage sensitive information and data in the communication process.

C8 Develop and implement corporate social responsibility (CSR) policies as an integral part of the institutional communication strategy

The graduate will:

- initiate and coordinate CSR campaigns with impact on the community and the reputation of the institution;
- reflect on the social implications of communication decisions.

C9 Managing relations with the media and other institutional partners, in order to increase the visibility and credibility of the institution

The graduate will:

- build sustainable and transparent media partnerships;
- ethically evaluate public exposure opportunities.

C10 Applying lobbying and advocacy techniques, in order to support the interests of the institution in the public space and before relevant actors

The graduate will:

- lead strategic influencing actions within the limits of the legal and ethical framework;
- promote initiatives of public and institutional interest in a responsible manner.

C11 Developing integrated communication plans within projects with European or international funding, respecting visibility and reporting requirements

The graduate will:

- represent the institution in relations with decision-makers and interest groups;
- report coherently and completely the communication activities carried out.

Detalii privind programul absolvit, calificativele/notele/creditele ECTS obţinute
(conform Registrului matricol al facultăţii/ departamentului, volumul nr. **I/2026**)

4.3 *Programme details and the individual grades/ marks/ ECTS credits obtained*
*(according to Faculty/Department Student Records, volume no. **I/2026**)*

Nr. *No*	Denumirea disciplinei *Subject*	[2)]Total ore *Number of hours*		Nota/ *Grade*		Nr. credite *Number of ECTS credits*	
		C	S	Sem I 1st sem	Sem II 2ndsem	Sem I 1st sem	Sem II 2nd sem
Anul I (anul universitar **2026** - **2027**) *1st year of study (**2026** – **2027** academic year)*							
1	*Strategii de comunicare eficientă în instituțiile publice*	28	14			8	
2.	*Advocacy, lobby, fundraising*	28	14			7	
3.	*Instituții administrative: practici, proceduri, legislație*	28	14			8	
4.	*Medierea conflictelor în instituțiile publice și private*	14	14				5
5.	*Strategi de dezvoltare durabilă*	28	28				7
6.	*Marketing digital și instrumente de inteligență artificială*	28	14				7
7.	*Practica de specialitate*		45				4
8.	*Norme și reguli în administrația europeană*	28	14			7	
9.	*Instituții și instrumente financiare*	28	14			7	
10.	*Combaterea dezinformării și construirea rezilienței la nivel instituțional*	28	14				7
11.	*E-guvernare în administrația publică*	28	14				7
12.	*Introducerea în comunicarea diplomatică*	28					3
Promovat cu media : [3)] *Pass, average grade per academic year* **.....**				Total credite/ *Total ECTS credits*:		60	

LS

Anul II (anul universitar **2027** - **2028**) *2nd year of study (**2027**- **2028** academic year)*							
1.	*Management performant în instituțiile publice și private*	28	14			8	
2.	*Tehnici de promovare a brandului instituțional*	14	28			7	
3.	*Metode și tehnici de cercetare în științele comunicării*	28	14			8	
4.	*Etică și integritate academică*	14	14				4
5.	*PR în instituții administrative*	28	28				6
6.	*Strategii de comunicare digitală*	28	14				5
7.	*Stagiu de elaborare a lucrării de disertație*		56				4
8.	*Practica de specialitate*		42				4
9.	*Evaluarea și analiza performanței organizaționale*	28	14			7	
10.	*Decizii strategice în condiții de risc*	28	14			7	
11.	*Analiză, diagnoză și decizie organizațională*	28	14				7
12.	*Comunicare business și profesională*	28	14				7
Promovat cu media : [3)] *Pass, average grade per academic year* **.....** Total credite/ *Total ECTS credits*: 60							

Promovat: **.....** *Pass:* **.....**	Media [4)] de promovare a studiilor (ponderată cu puncte de credit - dacă este cazul): **....** *Overall average grade (credit-weighted average - if available):*	Total credite: **120** *Total ECTS credits:*

4.4 Sistemul de notare şi, dacă sunt disponibile, informaţii privind distribuţia statistică a notelor
Grading scheme and, if available, grade distribution guidance

5. INFORMAŢII SUPLIMENTARE
ADDITIONAL INFORMATION

	Informaţii suplimentare *Additional information*		Alte surse pentru obţinerea mai multor informaţii *Further information sources*
5.1	**-** **-**	5.2	**Tel.:0232/210 310,** **Email: secretariat@univapollonia.ro** **Web site: https://www.univapollonia.ro/**

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

Posibilităţi de continuare a studiilor (după promovarea examenului de finalizare)
Access to further study (after passing the final examination)

6.1	**Studii universitare de doctorat** ***Doctoral studies***

Statutul profesional
Professional status

6.2	**Dreptul de a profesa potrivit calificării şi titlului acordat, conform competenţelor asigurate prin programul de studii.** ***The right to practice according to granted diploma and acquired competence, in conformity with the skills presented in the curriculum studies.***

7. LEGALITATEA SUPLIMENTULUI
CERTIFICATION OF THE SUPPLEMENT

	Funcţia *Position*	Semnătura *Signature*		Funcţia *Position*	Semnătura *Signature*
7.1	**Rector** *Rector* **Conf. univ. dr. Laura Ecaterina Romila**		7.2	**Secretar şef universitate** *University Registrar* **Angelica Rusu**	
7.3	**Decan** *Dean* **Prof.univ.dr. Dumitru Popa**		7.4	**Secretar şef facultate** *Faculty Registrar* **Ana-Maria Ghiorghiu**	

	[5] Nr. şi data eliberării *No., dated.*		Ştampila sau sigiliul oficial *Official stamp or seal*
7.5	/ **Acest document conţine un număr de 17 pagini.** *This document consists of 17 pages*	7.6	L. S.

[1] Se va completa de către instituţia de învăţământ superior care eliberează diploma. Aceasta trebuie să verifice legalitatea tuturor înscrisurilor de pe *actul de studii* şi de pe suplimentul la diplomă.

[1] *To be filled in by the awarding institution that must check the legality of all information provided in the Diploma and Diploma Supplement.*

[2] Se va menţiona 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.

[2] *It shall be mentioned the total number of hours of which: total hours for courses (C), seminars(S), practical courses (LP), projects (P).*

[3] Media anuală cu două zecimale, fără rotunjire.

[3] *Average grade per academic year, with two decimals and without rounding off.*

[4] Media generală cu două zecimale, fără rotunjire.

[4] *Overall average grade with two decimals and without rounding off.*

[5] Se va completa de către instituţia care a asigurat şcolarizarea titularului.

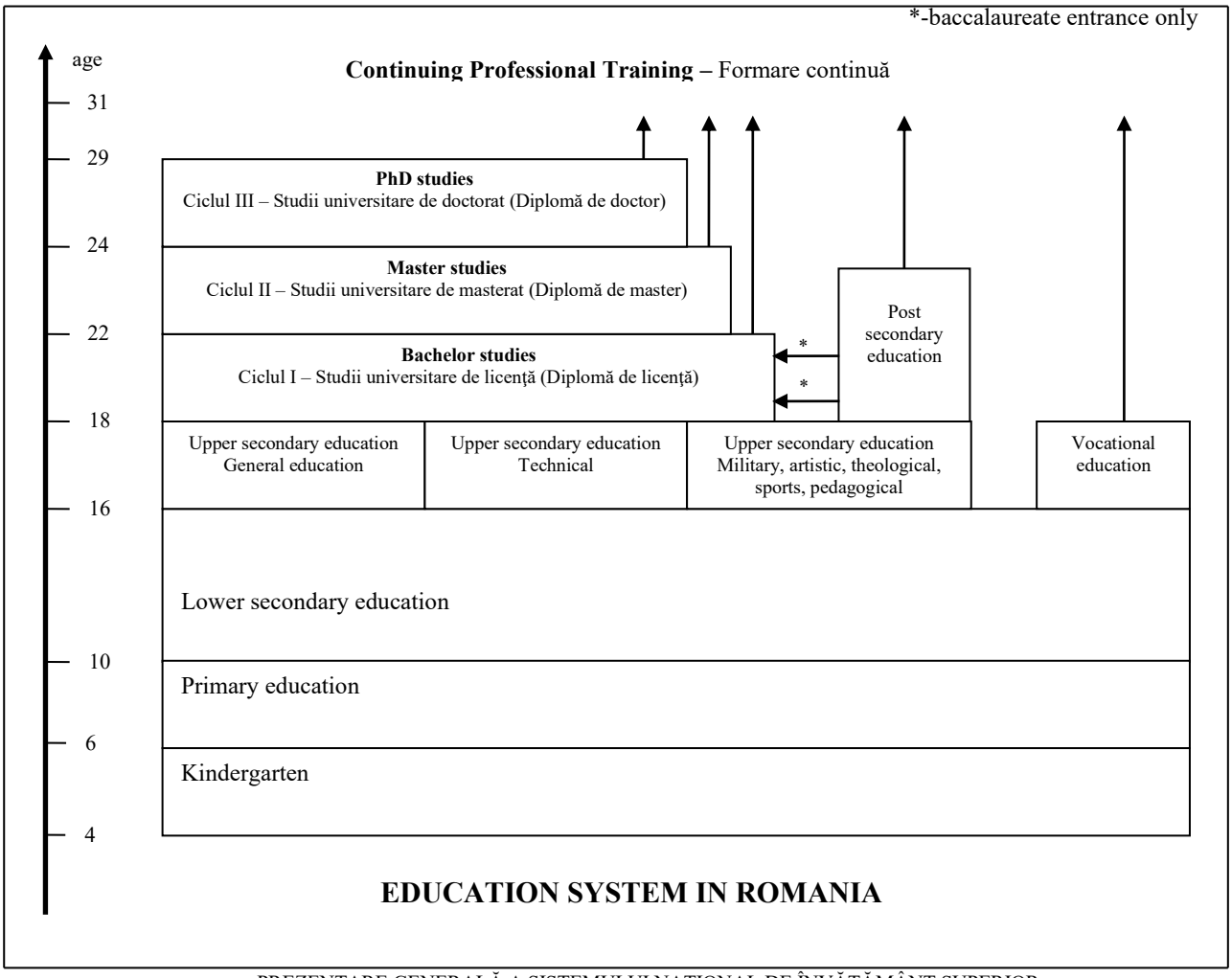
[5] *To be filled in by the institution administering studies.*

Suplimentul la diplomă se va redacta pe format A4 (faţă/verso), se va numerota şi se va ştampila pe fiecare pagină, pe colţul din dreapta jos (L.S.), cu acelaşi 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.

LS

8. INFORMAŢII PRIVIND SISTEMUL NAŢIONAL DE ÎNVĂŢĂMÂNT*
INFORMATION ON THE NATIONAL EDUCATION SYSTEM



PREZENTARE GENERALĂ A SISTEMULUI NAŢIONAL DE ÎNVĂŢĂMÂNT SUPERIOR
OVERVIEW OF THE NATIONAL HIGHER EDUCATION SYSTEM

Accesul în învăţământul superior se bazează pe diploma de bacalaureat (obţinută la sfârşitul învăţământului secundar superior).
Access to higher education is based on the baccalaureate diploma (obtained at the end of upper secondary education)
Absolvenţii cu diploma de bacalaureat pot urma fie Ciclul scurt - studii universitare de scurtă durată, fie Ciclul I – studii universitare de licenţă. Accesul la Ciclul II – studii universitare de masterat se bazează pe diploma obţinută după finalizarea studiilor universitare de licenţă (BA/BSc/BEng).
Graduates with a baccalaureate degree can follow either the Short Cycle - short-term studies, or the I Cycle – undergraduate higher education. The access to master programmes is based on the bachelor degree (BA/BSc/ BEng).
Studiile universitare de scurtă durată presupun un număr de 120 de credite de studii transferabile, calculate în conformitate cu Sistemul European de Credite Transferabile (ECTS/SECT) şi se finalizează prin nivelul 5 din Cadrul European al Calificărilor pentru învăţare pe tot parcursul vieţii (EQF/CEC).
Short-term studies presuppose 120 credit points, calculated in accordance with the European Credit Transfer System (ECTS/SECT) and ends with the level 5 from the European Qualifications Framework for lifelong learning (EQF/CEC).
Studiile universitare de licenţă (BA/BSc/ BEng) presupun 180-240 de puncte de credit, calculate în conformitate cu Sistemul European de Credite Transferabile (ECTS/SECT) şi se finalizează prin nivelul 6 din Cadrul European al Calificărilor pentru învăţare pe tot parcursul vieţii (EQF/CEC).
Bachelor studies (BA/BSc/BEng etc.) 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 masterat (MA/MSc/MEng) presupun 60-120 puncte de credit, calculate în conformitate cu Sistemul European de Credite Transferabile (ECTS/SECT) şi se finalizează prin nivelul 7 din Cadrul European al Calificărilor pentru învăţare pe tot parcursul vieţii (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 from the European Qualifications Framework for lifelong learning (EQF/CEC).
Pentru profesii reglementate prin norme, recomandări sau bune practici europene, studiile universitare de licenţă şi masterat pot fi oferite comasat, într-un program unitar de studii universitare cu o durată cuprinsă între 5 şi 6 ani, la învăţământul cu frecvenţă, diplomele obţinute 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/BEng) and master studies (MA/MSc/MEng) can be provided as part of a 5 to 6 year full-time programme of study, thus diplomas are recognized as master's degree certificates (the following fields of study are considered: Medicine – 360 ECTS/SECT. Dentistry – 360 ECTS/SECT, Pharmacy – 300 ECTS/SECT, Veterinary Medicine – 360 ECTS/SECT, Architecture – 360 ECTS/SECT).
Studiile universitare de doctorat conduc la o teză de doctorat, iar candidaţii 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 învăţământ superior românesc este un sistem deschis. Toate universităţile 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 învăţământ: cu frecvenţă, cu frecvenţă redusă şi la distanţă.
University programs can be organized, as appropriate, according to legal regulations, at the following fons of education: full time, part time and distantly.
De asemenea, universităţile oferă programe de formare profesională continuă, pe baza cererilor de pe piaţa muncii.
Universities also provide continuing professional training programmes based on the market demands.
În conformitate cu Legea nr. 199/2023, cu modificările şi completările ulterioare. /According to Law no 199/2023, with subsequent amendments and additions.
(**)Programe postuniversitare de formare şi dezvoltare profesională continuă. / Postgraduate programs of training and professional development.