

# **PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT** **al promoției 2023 - 2025**

## **Universitatea Transilvania din Brașov**

<b>Programul de studii universitare de masterat</b>	<b>GESTIUNEA CAMPANIILOR DE IMAGINE</b>
<b>Domeniul fundamental</b>	<b>Științe sociale</b>
<b>Domeniul de masterat</b>	<b>Sociologie</b>
<b>Facultatea</b>	<b>Facultatea de Sociologie și comunicare</b>
<b>Durata studiilor:</b>	<b>2 ANI</b>
<b>Forma de învățământ:</b>	<b>cu frecvență</b>

## 1. DESCRIEREA PROGRAMULUI

Domeniul de master în care se încadrează acest program de studii este Sociologie. Durata studiilor este de 2 ani (120 de credite ECTS). Scopul masterului este să ofere o pregătire teoretică și practică aprofundată, concretizată în formarea unor competențe instrumental-aplicative utile atât din perspectiva inserției pe piața muncii, cât și pentru dezvoltarea capacităților de cercetare științifică în domeniul științelor sociale și ale comunicării. Programul de master Gestiunea campaniilor de imagine va dezvolta competențele absolvenților în gestionarea relațiilor interpersonale atunci când lucrează într-o echipă capabilă să realizeze proiecte în domeniul comunicării persoanelor publice, organizațiilor și a mărcilor de produse sau servicii. Finalizarea acestui program de studii le permite absolvenților abordarea mai multor profesii în domeniul științelor sociale și ale comunicării.

Discipline studiate: Construcția de marcă, Campanii publicitare, Psihosociologia reclamei/ consumatorului, Gestionarea crizelor de imagine, Managementul brandului și identitatea corporatistă, Tehnici de comunicare și negociere etc.

Perspective după finalizarea studiilor: specialiști (expert senior și cadre de conducere, inclusiv pentru nivelul de top management, respectiv director/ manager relații publice) capabili să promoveze produse de relații publice, să gestioneze comunicarea în situații de criză și să lucreze în echipe multidisciplinare în baza principiilor de eficiență și deontologie profesională.

Limba de predare: română

## 2. OBIECTIVE DE FORMARE ȘI COMPETENȚE

Obiectivul general al programului de studii Gestiunea Campaniilor de Imagine este acela de a forma absolvenți ai domeniului de licență capabili de relaționare și comunicare la nivel micro și macrosocial, de realizare și implementare a proiectelor de comunicare în mediul socio-economic. Programul de studii crează oportunități de dezvoltare personală și profesională în concordanță cu necesitățile pieței muncii globale.

Profilul de competențe dezvoltat în concordanță cu nevoile identificate pe piața muncii și cu cadrul național al calificărilor, precum și rezultatele învățării asociate acestor competențe sunt prezentate sintetic mai jos. Prezentarea detaliată a acestora se regăsește în fișele disciplinelor din planul de învățământ.

### **Competențe profesionale și rezultate ale învățării**

#### **Cp1. Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării.**

Rezultate ale învățării.

R.Î.1.1. Absolventul cunoaște principii de utilizare a conceptelor și metodelor de cercetare din domeniul științelor comunicării

R.Î.1.2 Absolventul cunoaște principii de gestiune a informațiilor în contexte profesionale specific

R.Î.1.3 Absolventul cunoaște limbaje utilizate în domeniul științelor comunicării

#### **Cp2. Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC).**

Rezultate ale învățării.

R.Î.2.1 Absolventul are cunoștințe despre utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (website-uri, rețele sociale, aplicații pe mobil, software-uri, baze de date, depozite digitale)

R.Î.2.2 Absolventul valorifică resurse și instrumente specifice domeniului științelor comunicării în vederea eficientizării practicilor profesionale și gestiunii datelor

#### **Cp3. Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în cadrul campaniilor de imagine**

Rezultate ale învățării.

R.Î.3.1 Absolventul are cunoștințe despre modul în care poate identifica strategii, metode și tehnici de comunicare utilizate în campaniile de imagine și despre modul în care poate pune în aplicare aceste strategii, metode și tehnici

R.Î.3.2 Absolventul are cunoștințele necesare pentru interpretarea și analiza campaniilor de imagine, a campaniilor de relații publice, a activităților de lobby, a strategiilor de comunicare de criză, de creare a brand-ului

R.Î.3.3 Absolventul cunoaște și valorifică în planificarea comunicării, principiile și metodologiile din domeniul științelor comunicării

R.Î.3.4 Absolventul cunoaște principiile deontologice și normele etice aplicabile în contextul comunicării publice

#### **Cp4. Realizarea și promovarea unei campanii de imagine**

Rezultate ale învățării.

R.Î.4.1 Absolventul identifică și utilizează tehnici de scriere specifice pentru o campanie de imagine (texte pentru publicul extern unei instituții, texte cu destinație oficială, texte pentru mass – media (comunicatul de presă), texte pentru publicul intern al unei instituții (newsletter, e-mail), texte pentru persoane publice)

R.Î.4.2 Absolventul are cunoștințe despre modul în care trebuie să desfășoare o campanie de relații publice pentru promovarea unor produse sau servicii

R.Î.4.3 Absolventul își adaptează munca la tipul de produs de relații publice, de publicul căruia i se adresează, de bugetul disponibil

R.Î.4.4 Absolventul cunoaște tehnici și strategii de creare și gestionare de conținut pentru a satisface nevoile publicului și standardele internaționale

#### **Cp5. Asistență de specialitate în gestionarea comunicării de criză și/sau în medierea conflictelor de comunicare.**

Rezultate ale învățării.

R.Î.5.1 Absolventul are cunoștințe despre modul în care se organizează campaniile pentru gestionarea unei situații de criză, pentru medierea conflictelor de comunicare

R.Î.5.2 Absolventul cunoaște strategiile de comunicare specifice utilizate în contextul situațiilor de criză și poate oferi asistență în acest sens persoanelor publice, companiilor, organizațiilor, instituțiilor

R.Î.5.2 Absolventul cunoaște și înțelege noțiuni de științe comportamentale în scopul adaptării conținutului și interacțiunilor în contextul comunicării de criză

#### **Competențe transversale și rezultate ale învățării**

##### **Ct1. Rezolvarea în mod realist – cu argumentare atât teoretică, cât și practică – a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora.**

Rezultate ale învățării.

R.Î.1.1 Absolventul este capabil să evalueze critic informațiile și sursele acestora pentru a lua deciziile potrivite (gândire critică), pentru a soluționa în mod eficient diverse situații profesionale

R.Î.1.12 Absolventul poate susține prezentări și comunicări în public pentru promovarea cunoașterii și a valorilor profesionale

##### **Ct2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipe multidisciplinare cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice.**

Rezultate ale învățării.

R.Î.2.1 Absolventul are capacitatea de a lucra în echipă și de a colabora în contexte multidisciplinare

R.Î.2.2 Absolventul are capacitatea de a îndeplini sarcinile care i-au fost date, ținând cont de palierele ierarhice

R.Î.2.3 Absolventul demonstrează competență interculturală și respectă diversitatea valorilor și a normelor culturale din cadrul echipei în care lucrează

R.Î.2.4 Absolventul își adaptează limbajul și stilul de lucru ținând cont de membrii echipei alături de care lucrează

### **Ct3. Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii.**

Rezultate ale învățării.

R.Î.3.1 Absolventul se documentează și identifică oportunități de formare profesională continuă

R.Î.3.2 Absolventul formulează obiective privind evoluția sa profesională și identifică strategii de acțiune în acest sens

R.Î.3.3 Absolventul se autoevaluează și reflectează asupra viitorului său profesional, identificând strategii de dezvoltare profesională și de soluționare a dificultăților profesionale

R.Î.3.4 Absolventul cunoaște metode de gestionare al stresului profesional și personal

R.Î.3.5 Absolventul urmărește cerințele pieței din domeniul științelor comunicării și realizează acțiuni pentru a se adapta la respectivele cerințe

R.Î.3.6 Absolventul cunoaște și aplică tehnici de management al timpului profesional și personal

R.Î.3.7 Absolventul îndeplinește atribuțiile profesiei cu responsabilitate prin respectarea eticii și deontologiei profesionale

### **3. STRUCTURA PE SĂPTĂMÂNI A ANULUI UNIVERSITAR**

Număr de semestre: 4

Numar de credite pe semestru: 30

Număr de ore de activități didactice /săptămână: 13,50

Numărul de săptămâni: 14

	Activități didactice		Sesiuni de examene			Practică	Vacanțe		
	Sem. I	Sem. II	Iarnă	Vară	Restanțe		Iarnă	Primăvară	Vară
Anul I	14	14	3	3	2		3	1	10
Anul II	14	14*	3	2	1	120 ore Practică +Elaborarea disertației	3	1	-

\* 2 săptămâni alocate elaborării lucrării de disertație

### **4. CONDIȚII DE ÎNSCRIERE ÎN ANUL DE STUDII URMĂTOR. CONDIȚII DE PROMOVARE A UNUI AN DE STUDII**

Înscrierea în anul următor este condiționată de întrunirea condițiilor de promovare cuprinse în Regulamentul privind activitatea profesională a studenților.

### **5. CERINȚE PENTRU OBȚINEREA DIPLOMEI DE MASTER**

Condițiile de susținere a examenului de disertație sunt prezentate în Metodologia de finalizare a studiilor, aprobată de Senatul Universității. Conform acestei metodologii prezentarea la examenul de disertație este condiționată de promovarea tuturor disciplinelor prevăzute în planul de învățământ.

### **EXAMENUL DE DISERTAȚIE**

- 1 Perioada de întocmire a lucrării de disertație: semestrele 3 – 4;
- 2 Perioada de finalizare a lucrării de disertație: ultimele 2 săptămâni din anul terminal;
- 3 Perioada de susținere a examenului de disertație: sesiunea iunie-iulie și sesiunea februarie;
- 4 Numărul de credite pentru susținerea proiectului de disertație: 10 credite, peste cele aferente programului de studii

### **6. DISCIPLINELE DE STUDIU PE ANI**

**Facultatea de Sociologie și comunicare**

Programul de studii universitare de masterat: **GESTIUNEA CAMPANIILOR DE IMAGINE**

Domeniul fundamental: **Științe sociale**

Domeniul de masterat: **Sociologie**

Durata studiilor: **2 ani**

Forma de învățământ: **ZI**

## ANUL I

Nr. crt.	Discipline cu criteriul: <b>Obligatoriu</b>	C <sub>1</sub> **	C <sub>2</sub> **	Semestrul I							Semestrul II										
				C	S	L	P	SI	V	Cr	C	S	L	P	SI	V	Cr				
1	Analiza imaginii	DAP	DI	2	2	0	0	144	E	8											
2	Construcția de marcă	DAC	DI	2	2	0	0	144	E	8											
3	Crearea de conținut pentru multimedia	DS	DI	2	1	0	0	133	E	7											
4	Construcția simbolică a identității	DAP	DI	2	2	0	0	119	E	7											
1	Tehnici promoționale	DAC	DI								2	1	0	0	108	E	6				
2	Psihosociologia reclamei/consumatorului	DAC	DI								2	0	0	2	119	E	7				
3	Evaluarea imaginii	DAC	DI								2	2	0	0	144	E	8				
4	Etică și integritate academică	DS	DI								0	0	0	1	61	C	3				
5	Sfera publică și imaginea politică	DS	DI								2	1	0	0	108	C	6				
Total				8	7	0	0	540	E	C	V	30	8	4	0	3	540	E	C	V	30
Total ore didactice pe săptămână				15							15										

**Legendă:**

C<sub>1</sub>\* = criteriul conținutului:

**DAP** – discipline de aprofundare

**DS** – discipline de sinteză

**DCA** – discipline de cunoaștere avansată

C<sub>2</sub>\*\* = criteriul obligativității:

**DI** – discipline obligatorii (impuse)

**DO** – discipline opționale

**DFc** – discipline facultative

SI = ore de studiu individual

RECTOR,  
**PROF. DR. IOAN VASILE ABRUDAN**

DECAN,  
**PROF. DR. CLAUDIU COMAN**

DIRECTOR DEPARTAMENT,  
**PROF. DR. GEORGETA GABRIELA RATULEA**

COORDONATOR PROGRAM STUDII,  
**PROF. DR. CLAUDIU COMAN**

**ANUL II**

Nr. crt.	Discipline cu criteriul: <b>Obligatoriu</b>	C <sub>1</sub> **	C <sub>2</sub> **	Semestrul I							Semestrul II										
				C	S	L	P	SI	V	Cr	C	S	L	P	SI	V	Cr				
1	Comportamentul de vot	DAC	DI	2	2	0	0	0	E	8											
2	Gestionarea crizelor de imagine	DAP	DI	2	1	0	0	0	E	7											
3	Campanii publicitare	DAC	DI	2	1	0	0	0	E	7											
4	Branding și identitate corporativă	DAP	DI	2	1	0	0	0	E	8											
1	Tehnica discursului public	DAC	DI								2	2	0	0	0	E	5				
2	Laborator mass-media	DS	DI								0	0	2	0	0	C	4				
3	Campanii electorale	DAC	DI								2	2	0	0	0	E	6				
4	Proiect de cercetare	DAC	DI								0	0	0	4	0	C	5				
5	Practică + Elaborarea lucrării de disertație	PLD	DI								0	0	0	0	120	C	10				
Total				8	5	0	0	0	E	C	V	30	4	4	2	4	120	E	C	V	30
Total ore didactice pe săptămână				13							14										

**Legendă:**C<sub>1</sub>\* = criteriul conținutului:**DAP** – discipline de aprofundare**DS** – discipline de sinteză**DCA** – discipline de cunoaștere avansatăC<sub>2</sub>\*\* = criteriul obligativității:**DI** – discipline obligatorii (impuse)**DO** – discipline opționale**DFc** – discipline facultative

SI = ore de studiu individual

RECTOR,  
**PROF. DR. IOAN VASILE ABRUDAN**DECAN,  
**PROF. DR. CLAUDIU COMAN**DIRECTOR DEPARTAMENT,  
**PROF. DR. GEORGETA GABRIELA RATULEA**COORDONATOR PROGRAM STUDII,  
**PROF. DR. CLAUDIU COMAN**

Ministerul Educației  
 Universitatea Transilvania din Brașov  
**Facultatea de Sociologie și comunicare**  
 Programul de studii universitare de masterat: **GESTIUNEA CAMPANIILOR DE IMAGINE**  
 Domeniul fundamental: **Științe sociale**  
 Domeniul de masterat: **Sociologie**  
 Durata studiilor: **2 ani**  
 Forma de învățământ: **ZI**

### BILANȚ GENERAL I

Nr. crt.	Discipline	An I	An II	Total ore	Total %	Standard ARACIS
1	Obligatoriu	420	470	470	100	
	<b>Total</b>	<b>420</b>	<b>470</b>	<b>470</b>	<b>100</b>	

### BILANȚ GENERAL II

Nr. crt.	Discipline	An I	An II	Total ore	Total %	Standard ARACIS
1	Disciplină de aprofundare	112	84	196	22	
2	Disciplină de sinteză	98	84	182	20.4	
3	Disciplină de cunoaștere avansată	210	242	452	50.8	
4	Practică pentru elaborarea lucrării de disertație	0	60	60	6.7	5%
	<b>Total</b>	<b>420</b>	<b>470</b>	<b>890</b>	<b>100</b>	

### BILANȚ GENERAL III

Nr. crt.	Discipline	An I	An II	Total ore	Total %	Standard ARACIS
1	Practică pentru elaborarea lucrării de disertație	0	60	60	100	5%
	<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>60</b>	<b>60</b>	<b>100</b>	

RECTOR,  
**PROF. DR. IOAN VASILE ABRUDAN**

DECAN,  
**PROF. DR. CLAUDIU COMAN**

DIRECTOR DEPARTAMENT,  
**PROF. DR. GEORGETA GABRIELA RATULEA**

COORDONATOR PROGRAM STUDII,  
**PROF. DR. CLAUDIU COMAN**