

Universitatea Transilvania din Braşov

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT al promoției 2026–2028

Programul de studii universitare de masterat	STRATEGII DE BRAND ȘI COMUNICARE DIGITALĂ (ÎN LIMBA ENGLEZĂ)
Domeniul fundamental	Științe sociale
Domeniul de masterat	Științe ale comunicării
Facultatea	Sociologie și comunicare
Durata studiilor:	2 ani
Forma de învățământ:	cu frecvență

1. OBIECTIVE DE FORMARE

Obiectivul general al programului de studii de master profesional Strategii de brand și comunicare digitală (în limba engleză) este aceea de a forma absolvenți capabili de relaționare și comunicare la nivel micro- și macro-social, de realizare și implementare a proiectelor de comunicare digitală și branding în mediul socio-economic contemporan.

Prin ceea ce trebuie să cunoască, să înțeleagă și să fie capabil să facă absolventul, programul de studii Strategii de brand și comunicare digitală (în limba engleză) urmărește următoarele obiective specifice:

- formarea unei culturi profesionale solide, dezvoltarea capacității de problematizare autonomă;
- formarea specialiști în domeniul Științe ale comunicării cu competențe de realizare a campaniilor de comunicare și branding integrate, dar și cu competențe în ceea ce privește tehnicile de comunicare prin intermediul mediilor de comunicare specifice/ digitale;
- specialiștii formați prin acest program de master vor fi capabili să înțeleagă, controleze și optimizeze procesul de proiectare și realizare a unei campanii integrate de comunicare și branding pentru orice beneficiar din domeniul public, firme și organizații non-profit;
- specialiștii formați prin acest program de master vor avea competențe de utilizare a diverselor platforme digitale de comunicare și vor stăpâni termenii de specialitate specifici, precum și principalele teorii din domeniul comunicării.

2. COMPETENȚE ȘI REZULTATE ALE ÎNVĂȚĂRII

Profilul de competențe dezvoltat în concordanță cu cadrul național al calificărilor, precum și cu rezultatele învățării asociate acestor competențe este prezentat sintetic mai jos. Prezentarea detaliată a competențelor și a rezultatelor învățării se regăsește în fișele disciplinelor din planul de învățământ.

COMPETENȚE PROFESIONALE DE BAZĂ (CP)

CP1 Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării

Rezultatele învățării

1.1 Cunoștințe

R.Î.1.1. Studentul/Absolventul identifică principalele arii de cercetare în științe ale comunicării - comunicatori, structuri instituționale, organizații, conținut, canal, public/audiențe, efecte.

R.Î.1.2. Studentul/Absolventul 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.

R.Î.1.3. Studentul/Absolventul diferențiază între principalele abordări metodologice în domeniul științelor comunicării – metode cantitative, metode calitative, abordări retorice, discursive și mixte.

1.2 Abilități

R.Î.1.1. Studentul/Absolventul redactează un plan de cercetare pe un subiect din domeniul științelor comunicării.

etică a cercetării și prevederile legale în vigoare.

R.Î.1.3. Studentul/Absolventul aplică metode de cercetare adecvate temei și subiectului de cercetare.
R.Î.1.4. Studentul/Absolventul interpretează rezultatele cercetării în scris și prin grafice, diagrame, tabele.
R.Î.1.5. Studentul/Absolventul discută limitele cercetărilor, evaluând critic gradul de generalizare a concluziilor și propune strategii pentru adâncirea/verificarea suplimentară a acestora.

1.3 Responsabilitate și autonomie

R.Î.1.1. Studentul/Absolventul elaborează proiecte de cercetare și intervenție în domeniul științelor comunicării.

într-un mod clar, transparent și simplu.

CP2. Planificarea strategică a activităților de comunicare prin intermediul media digitală

2.1 Cunoștințe

R.Î.2.1. Studentul/Absolventul identifică principalele teorii, modele și elemente ale comunicării directe și mediate tehnologic, în contextul comunicării de masă și comunicării mediate de computer.

R.Î.2.2. Studentul/Absolventul identifică concepte referitoare la public și audiența mass-media, metode de măsurare, precum și indicatori de audiență specifici canalului tehnologic de comunicare mediatică.

R.Î.2.3. Studentul/Absolventul identifică structurile de proprietate, mecanismele de control, modele de producție și distribuție specifice sistemelor mass-media.

R.Î.2.4. Studentul/Absolventul 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 cadrajul informațiilor, tendințele și interesele publicului, procesele psihice și conformismul.

2.2. Abilități

R.Î.2.1. Studentul/Absolventul selectează modelele care explică o situație de comunicare în contextul unei probleme profesionale.

R.Î.2.2. Studentul/Absolventul analizează caracteristicile, nevoile și așteptările publicului-țintă utilizând modele, grile, teste, proceduri și aplicații software adecvate în contextul comunicării publice profesionale.

R.Î.2.3. Studentul/Absolventul adaptează mesajele la diverse situații și categorii sau segmente de public în contextul comunicării profesionale.

2.3 Responsabilitate și autonomie

R.Î.2.1. Studentul/Absolventul evaluează caracteristicile reprezentării în mass-media și platformele digitale a unei teme, unei persoane, unui grup sau unei categorii sociale.

R.Î.2.2. Studentul/Absolventul utilizează modelele de comunicare, teorii media și indicatori de audiență pentru a proiecta, adapta sau evalua planuri media.

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

COMPETENȚE PROFESIONALE SPECIFICE PROGRAMULUI

CP3.Crearea și gestionarea conținutului pentru media digitală

3.1 Cunoștințe

R.Î.3.1. Studentul/Absolventul 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.

R.Î.3.2. Studentul/Absolventul identifică tehnici de redactare sau structurarea a conținutului (narative, 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.

R.Î.3.3. Studentul/Absolventul 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.

3.2 Abilități

R.Î.3.1. Studentul/Absolventul 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.

R.Î.3.2. Studentul/Absolventul 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.

R.Î.3.3. Studentul/Absolventul utilizează aplicații software pentru compunerea, editarea, formatarea oricărui tip de material scris sau compunerea și editarea de materiale audiovizuale.

3.3 Responsabilitate și autonomie

R.Î.3.1. Studentul/Absolventul 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.Î.3.2. Studentul/Absolventul redactează și editează texte originale de natură creativă, jurnalistice, promoționale, publicitare, de promovare instituțională, funcționale, tehnice sau academice.

CP4. Gestionarea interacțiunii cu publicul în mediul online

4.1 Cunoștințe

R.Î.4.1. Studentul/Absolventul 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.

R.Î.4.2. Studentul/Absolventul 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.).

4.2 Abilități

R.Î.4.1. Studentul/Absolventul evaluează percepția publică, participă în rețele profesionale și inițiază conversații în raport cu o persoană.

4.3 Responsabilitate și autonomie

R.Î.4.1. Studentul/Absolventul 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.Î.4.2. Studentul/Absolventul 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).

COMPETENȚE TRANSVERSALE ȘI REZULTATE ALE ÎNVĂȚĂRII

CT5. Comunicarea și cooperarea în contexte profesionale

5.1 Cunoștințe

R.Î.5.1.Studentul/Absolventul cunoaște principiile, tehnicile și conceptele fundamentale ale comunicării și colaborării în contexte profesionale și digitale.

R.Î.5.2.Studentul/Absolventul identifică și înțelege caracteristicile, funcționalitățile și potențialul instrumentelor digitale utilizate pentru cooperare, gestionarea informației și lucrul în rețea.

5.2 Abilități

R.Î.5.1.Studentul/Absolventul utilizează instrumente online pentru a comunica și partaja resurse în medii digitale.

R.Î.5.2.Studentul/Absolventul gestionează sisteme pentru stocarea, selectarea, organizarea, recuperarea, distribuirea și salvarea informațiilor și datelor în contexte profesionale.

R.Î.5.3.Studentul/Absolventul utilizează instrumente digitale pentru organizarea, colectarea, stocarea, extragerea, arhivarea și prelucrarea datelor, informațiilor și conținutului digital.

5.3 Responsabilitate și autonomie

R.Î.5.1.Studentul/Absolventul colaborează cu alte persoane în cadrul unor echipe pentru a rezolva probleme profesionale specifice.

R.Î.5.2.Studentul/Absolventul planifică/își asumă și respectă termene strânse pentru a realiza sarcini sau proiecte profesionale.

Studentul/Absolventul demonstrează sensibilitate interculturală participând în comunități și rețele diferite.

3. STRUCTURA PE SĂPTĂMÂNI A ANULUI UNIVERSITAR

Număr de semestre: 4 semestre.

Număr de credite pe semestru: 30 de credite

Număr de ore de activități didactice /săptămână: 12,75

Numărul de săptămâni: 14

	Activități didactice		Sesiuni de examene			Vacanțe		
	Sem. I	Sem. II	Iarnă	Vară	Restanțe	Iarnă	Primăvară	Vară
Anul I	14	14	4	4	2	3	1	10
Anul II	14	12 + 2 (elaborarea disertației)	4	2	1	3	1	-

4. ASIGURAREA FLEXIBILIZĂRII INSTRUIRII. CONDIȚIONĂRI

Flexibilizarea programului de studii este asigurată prin discipline opționale și facultative. Disciplinele opționale sunt propuse pentru semestrul 4, prin pachetul de discipline de specialitate.

Disciplinele facultative pot fi frecventate conform Instrucțiunii specifice privind inițierea și derularea disciplinelor facultative și a Regulamentului privind activitatea profesională a studenților, Art. 5

5. 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.

6. CONDIȚII DE FRECVENTARE A DISCIPLINELOR FACULTATIVE

Disciplinele facultative pot fi frecventate conform Instrucțiunii specifice privind inițierea și derularea disciplinelor facultative și a Regulamentului privind activitatea profesională a studenților, Art. 5.

7. 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 disertației: semestrele 3 – 4;
2. Perioada de finalizare a disertației: ultimele 3 săptămâni din anul terminal;
3. Perioada de susținere a examenului de disertație: sesiunea iunie-iulie și sesiunea februarie;
4. Numărul de credite pentru susținerea disertației: 10 credite.

FACULTATEA DE SOCIOLOGIE ȘI COMUNICARE

Programul de studii universitare de masterat: **Strategii de brand și comunicare digitală (în limba engleză)**

Domeniul fundamental: **Științe sociale**

Domeniul de masterat: **Științe ale comunicării**

Durata studiilor: **2 ani**

Forma de învățământ: **Cu frecvență**

ANUL I

Nr. crt.	Discipline obligatorii	Codul Disciplinei	C ₁ **	C ₂ **	Semestrul I							Semestrul II						
					C	S	L	P	SI	V.	Cr.	C	S	L	P	SI	V.	Cr.
1.	Marketing și Branding	MkBR01	DAP	DI	2	1			13 3	E	7							
2.	Strategii social media pentru afaceri	SMB01	DAP	DI	1	2			13 3	E	7							
3.	Analiza imaginii instituționale și evaluarea interacțiunii utilizatorilor	AIIO1	DAP	DI	2	2			13 3	E	7							
4.	Sisteme avansate de prelucrarea și comunicarea informației științifice	AdlCoSR01	DCA	DI	1	2			10 8	V	6							
5.	Etică și integritate academică	EAI01	DAP	DI				1	61	V	3							
6.	Comunicare în mediul online	OComm02	DCA	DI								1	2			13 3	E	7
7.	Comportamentul consumatorului	CB02	DS	DI								2	1			10 8	E	6
8.	Storytelling în afaceri	BS02	DAP	DO								2	1			10 8	V	6
9.	Comunicare și leadership	CommL02	DS	DI								1	2			13 3	E	7
10.	Practică de specialitate I [total ore: 40]	PS02	DAP	DI											4 0	40	V	4
		Total ore discipline obligatorii			6	7		1		3E + 2V	30	6	6				3E + 2V	30
					14						30	12						30

Legendă:

C₁* = criteriul conținutului;

C₂** = criteriul obligativității;

SI = ore de studiu individual

DAP – discipline de aprofundare

DI – discipline obligatorii (impuse)

DS – discipline de sinteză

DO – discipline opționale

DCA – discipline de cunoaștere avansată

RECTOR,
PROF. DR. IOAN VASILE ABRUDAN

DECAN,
CONF. DR. HORIA MOAȘA

DIRECTOR DE DEPARTAMENT,
PROF. DR. GEORGETA GABRIELA RĂȚULEA

COORDONATORUL PROGRAMULUI DE STUDII,
CONF. DR. VICTOR ALEXANDRU BRICIU

ANUL II

Nr. crt.	Discipline obligatorii	Codul Disciplinei	C ₁ **	C ₂ **	Semestrul III							Semestrul IV						
					C	S	L	P	SI	V.	Cr.	C	S	L	P	SI	V.	Cr.
1.	Management strategic de brand	SBM03	DCA	DI	1	2			158	E	8							
2.	Relații publice corporative	CCom03	DCA	DI	2	2			144	E	8							
3.	Managementul conflictelor în organizații	CMOrg03	DS	DI	2	2			144	E	8							
4.	Construirea comunității și brandingul locului	CBPBO3	DAP	DI	2	1			108	V	6							
5.	Instrumente de marketing digital	DMk04	DCA	DI								2	2			94	E	6
6.	Discursul public în lumea digitală	PSDW04	DAP	DI								1	2			83	E	5
7.	Practică de specialitate II [total ore: 40]	PS04	DAP	DI											40	40	V	4
8	Elaborarea lucrării de disertație [total ore: 40]	ElabD04										2 săpt. x 20h = 40				40	V	10
				Total ore discipline obligatorii	7	7				3E + 1V	30	3	4				2E + 2C	25
					14						30	7						25

Nr. crt.	Discipline opționale	C ₁ **	C ₂ **	Codul Disciplinei	Semestrul III							Semestrul IV						
					C	S	L	P	SI	V.	Cr.	C	S	L	P	SI	V.	Cr.
9.	Brandul de angajator	DAP	DO	EB04														
	Dezvoltare a și marketingul carierei	DAP	DO	CMk04								2	1			83	E	5
												2	1				1E	
												3						5
					14					3E + 1C	30	10					3E + 2C	30

Legendă:C₁* = criteriul conținutului:**DAP** – discipline de aprofundare**DS** – discipline de sinteză**DCA** – discipline de cunoaștere avansatăC₂** = criteriul obligativității:**DI** – discipline obligatorii (impuse)**DO** – discipline opționale

SI = ore de studiu individual

RECTOR,
PROF. DR. IOAN VASILE ABRUDAN

DECAN,
CONF. DR. HORIA MOAȘA

DIRECTOR DE DEPARTAMENT,
PROF. DR. GEORGETA GABRIELA RĂȚULEA

COORDONATORUL PROGRAMULUI DE STUDII,
CONF. DR. VICTOR ALEXANDRU BRICIU

Ministerul Educației

Universitatea Transilvania din Brașov

FACULTATEA DE SOCIOLOGIE ȘI COMUNICARE

Domeniul fundamental: **Științe sociale**

Domeniul de masterat: **Științe ale comunicării**

Durata studiilor: **2 ani**

Forma de învățământ: **Cu frecvență**

BILANȚ GENERAL I

Nr. crt.	Discipline	Nr. de ore		Total		Nr. credite	
		Anul I	Anul II	ore	%	Anul I	Anul II
1	Discipline obligatorii	404	360	764	95,5	60	55
2	Discipline opționale	0	36	36	4,5	0	5
TOTAL		404	396	800	100	60	60

BILANȚ GENERAL II

Nr. crt.	Discipline	Nr. de ore		Total		Nr. credite	
		Anul I	Anul II	ore	%	Anul I	Anul II
1	Discipline integral / parțial asistate	364	316	680	85	56	46
2	Practică de specialitate	40	40	80	10	4	4
3	Practică pentru elaborarea disertației	-	40	40	5	-	10
TOTAL		404	396	800	100	60	60

RECTOR,
PROF. DR. IOAN VASILE ABRUDAN

DECAN,
CONF. DR. HORIA MOAȘA

DIRECTOR DE DEPARTAMENT,
PROF. DR. GEORGETA GABRIELA RĂȚULEA

COORDONATORUL PROGRAMULUI DE STUDII,
CONF. DR. VICTOR ALEXANDRU BRICIU