

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT
al promoției 2026-2028

Universitatea Transilvania din Brașov

Programul de studii universitare de masterat	STRATEGII DE BRAND ȘI COMUNICARE DIGITALĂ (ÎN LIMBA ENGLEZĂ)
Domeniul fundamental	ȘTIINȚE SOCIALE
Domeniul de studii universitare de masterat	ȘTIINȚE ALE COMUNICĂRII
Facultatea	SOCIOLOGIE ȘI COMUNICARE
Durata studiilor	2 ani
Forma de învățământ: Tipul programului de masterat:	cu frecvență (IF) profesional

1. DESCRIEREA PROGRAMULUI

Domeniile de licență care stau la baza programului de masterat: Comunicare și relații publice, Media digitală, Media digitală (în limba engleză).

Scopul programului de studii de masterat profesional este acela de a asigura o pregătire teoretică și practică aprofundată, concretizată în formarea unor competențe profesionale, instrumental-aplicative utile, atât din perspectiva inserției pe piața muncii, cât și pentru dezvoltarea capacităților de cercetare științifică în domeniul științelor comunicării, al relațiilor publice și al sistemelor media digitale.

Ocupațiile vizate: programul de studii de masterat profesional se raportează la principiile elaborate și promovate de Asociația Formatorilor din Jurnalism și Comunicare, prin formarea comunicatorilor, la cel mai înalt nivel, respectând egalitatea în șanse și etica oportunităților educaționale, vizând ocupații multiple, corelate cu Nomenclatorul de Clasificare a Ocupațiilor din România - COR (<http://www.ecoduri.com/coduri-cor.php>): Brand manager (243207), Șef birou marketing (122102), Manager marketing (122107), Specialist marketing (243103), Producător delegat evenimente de marketing (263121), Director imagine (265420), Manager informații pentru afaceri (121308), Consilier orientare privind cariera (242306), Specialist în activitatea de lobby (243220).

Limba de predare: limba engleză.

2. OBIECTIVE DE FORMARE ȘI COMPETENȚE

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.

Competențe profesionale și rezultate ale învățării

CP.1 Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării

Cunoștințe

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

C.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.

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

Aptitudini

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

A.1.2. Studentul/Absolventul aplică metode de colectare a datelor, respectând norme de etică a cercetării și prevederile legale în vigoare.

A.1.3. Studentul/Absolventul aplică metode de cercetare adecvate temei și subiectului de cercetare.

A.1.4. Studentul/Absolventul interpretează rezultatele cercetării în scris și prin grafice, diagrame, tabele.

A.1.5. Studentul/Absolventul discută limitele cercetărilor, evaluând critic gradul de generalizare a concluziilor și propune strategii pentru adâncirea/verificarea suplimentară a acestora.

Responsabilitate și autonomie

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

R.1.2. Studentul/Absolventul raportează rezultate, statistici și concluzii în fața unui public într-un mod clar, transparent și simplu.

CP.2 Planificarea strategică a activităților de comunicare prin intermediul media digitală

Cunoștințe

C.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.

C.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.

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

C.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 cadrulul informațiilor, tendințele și interesele publicului, procesele psihice și conformismul.

Aptitudini

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

A.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.

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

Responsabilitate și autonomie

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

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

CP.3 Crearea și gestionarea conținutului pentru media digitală

Cunoștințe

C.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.

C.3.2. Studentul/Absolventul identifică tehnici de redactare sau

structurarea a conținutului (narative, descriptive, expositive, 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.3.3. 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.

Aptitudini

A.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.

A.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.

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

Responsabilitate și autonomie

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

CP.4 Gestionarea interacțiunii cu publicul în mediul online

Cunoștințe

C.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.

C.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.).

Aptitudini

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

Responsabilitate și autonomie

R.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.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, organizației sau mărci (brand).

Competențe transversale și rezultate ale învățării

CT.5 Comunicarea și cooperarea în contexte profesionale

Aptitudini

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

A.5.2. Studentul/Absolventul gestionează sisteme pentru stocarea, selectarea, organizarea, recuperarea, distribuirea și salvagardarea

informațiilor și datelor în contexte profesionale.

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

Responsabilitate și autonomie

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

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

R.5.3. 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	3	4	2	3	1	10
Anul II	14	12 + 2 (elaborarea disertației)	3	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. CERINȚE PENTRU OBTINEREA DIPLOMEI DE MASTERAT

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.

7. PREGĂTIREA PENTRU OCUPAREA PRIN CONCURS A UNUI POST ÎN ÎNVĂȚĂMÂNT

Pentru ocuparea prin concurs a unui post în învățământ (gimnazial, liceal sau superior în domeniul de licență) absolventul trebuie să posede Certificatul de absolvire a Departamentului pentru pregătirea personalului didactic (DPPD). Formarea psiho-pedagogică pentru obținerea Certificatului de absolvire a DPPD se face în urma parcurgerii a două module de cursuri:

Modul I (30 credite) - care se desfășoară suplimentar, în paralel cu studiile de licență sau în regim postuniversitar, la finalizarea căruia se obține Certificat de absolvire (modul I).

Modul II (30 credite) - care se desfășoară după licență, fie în paralel cu perioada studiilor de masterat, fie în regim postuniversitar. Acesta se finalizează cu Certificat de absolvire (nivel de aprofundare).

Programul de studii pentru formarea psiho-pedagogică (care permite exercitarea profesiei didactice) este coordonat de Departamentul pentru Pregătirea Cadrelor didactice din cadrul Universității.

Universitatea Transilvania din Braşov

Ministerul Educaţiei

Facultatea: Sociologie şi comunicare
universitar 2026-2027

Valabil în anul

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

Domeniul fundamental: Ştiinţe sociale

Domeniul de masterat: Ştiinţe ale comunicării

Durata studiilor: 2 ani

Forma de învăţământ: cu frecvenţă

Tipul masteratului: profesional

ANUL I

Nr. crt.	Discipline obligatorii	Codul Discipli nei	Semestrul I						Semestrul II					
			C	S	L	P	Ver.	Cred.	C	S	L	P	Ver.	Cred.
1.	Marketing şi Branding	MkBR01	2	1			E	7						
2.	Strategii social media pentru afaceri	SMB01	1	2			E	7						
3.	Analiza imaginii instituţionale şi evaluarea interacţiunii utilizatorilor	AIIO1	2	2			E	7						
4.	Sisteme avansate de prelucrarea şi comunicarea informaţiei ştiinţifice	AdICoSRO 1	1	2			V	6						
5.	Etică şi integritate academică	EAI01				1	V	3						
6.	Comunicare în mediul online	OCOM02							1	2			E	7
7.	Comportamentul consumatorului	CB02							2	1			E	6
8.	Storytelling in afaceri	BS02							2	1			V	6
9.	Comunicare şi leadership	CommL02							1	2			E	7
10.	Practică de specialitate I [total ore: 40]	PS02										4 0	V	4
Total ore discipline obligatorii			6	7		1	3E + 2V	30	6	6			3E + 2V	30
			14					30	12					30

Prof. dr. ing. Ioan Vasile ABRUDAN,

Conf.dr. Horia MOAŞA,

Rector

Decan

Prof. dr. Georgeta Gabriela RĂŢULEA,

Conf. dr. Victor-Alexandru BRICIU,

Director de departament

Coordonator program de studii

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

Domeniul fundamental: Ştiinţe sociale

Domeniul de masterat: Ştiinţe ale comunicării

Durata studiilor: 2 ani

Forma de învăţământ: cu frecvenţă

Tipul masteratului: profesional

ANUL II

Nr. cr. t.	Discipline obligatorii	Codul Disciplin ei	Semestrul III						Semestrul IV					
			C	S	L	P	Ver.	Cre d.	C	S	L	P	Ver.	Cre d.
1.	Management strategic de brand	SBM03	1	2			E	8						
2.	Relaţii publice corporative	CComm03	2	2			E	8						
3.	Managementul conflictelor în organizaţii	CMOrg03	2	2			E	8						
4.	Construirea comunităţii şi brandingul locului	CBPB03	2	1			V	6						
5.	Instrumente de marketing digital	DMk04							2	2			E	6
6.	Discursul public în lumea digitală	PSDW04							1	2			E	5
7.	Practică de specialitate II [total ore: 40]	PS04										40	V	4
8.	Elaborarea lucrării de disertaţie [total ore: 40]	ElabD04							2 săptăm. x 20h = 40				V	10
Total ore discipline obligatorii			7	7			3E + 1V	30	3	4			2E + 2V	25
			14						30					
									7					
									25					

Nr. cr. t.	Discipline opţionale	Codul Discipli nei	Semestrul III						Semestrul IV					
			C	S	L	P	Ver.	Cre d.	C	S	L	P	Ver.	Cre d.
9.	Brandul de angajator	EB04												
	Dezvoltarea şi marketingul carierei	CMk04							2	1			E	5
									2	1			1E	
									3					
									5					
			14						30					
									10					
									3E + 2V					
									30					

Prof. dr. ing. Ioan Vasile BERUDAN,

Conf. dr. Horia MOAŞA,

Decan

Rector

Prof. dr. Georgeta Gabriela RĂŢULEA,

Conf. dr. Victor-Alexandru BRICIU,

Director de departament

Coordonator program de studii

Universitatea Transilvania din Braşov

Ministerul Educaţiei

Facultatea: Sociologie şi comunicare

promoţia 2026-2028

Valabil pentru

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

Domeniul fundamental: Ştiinţe sociale

Domeniul de masterat: Ştiinţe ale comunicării

Durata studiilor: 2 ani

Forma de învăţământ: cu frecvenţă

Tipul masteratului: profesional

BILANŢ GENERAL I

Nr crt	Disciplina	Nr de ore		Total		Nr credite	
		An I	An II	ore	%	An I	An II
1	Obligatorii	404	360	764	95,5	60	55
2	Opţionale	0	36	36	4,5	0	5
TOTAL		404	396	800	100	60	60

BILANŢ GENERAL II

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

Prof. dr. ing.  ABRUDAN,

Conf.dr. Horia MOAŞA,

Decan

Rector

Prof. dr. Georgeta Gabriela RĂŢULEA,

Conf. dr. Victor-Alexandru BRICIU,

Director de departament

Coordonator program de studii