

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT al promoției 2024 - 2026

Universitatea Transilvania din Brașov

Programul de studii universitare de masterat	GESTIUNEA CAMPANIILOR DE IMAGINE
Domeniul fundamental	Științe sociale
Domeniul de masterat	Sociologie
Facultatea	Facultatea de Sociologie și comunicare
Durata studiilor:	2 ani
Forma de învățământ:	cu frecvență (IF)
Tipul programului de masterat:	profesional

1. 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.

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.

Perspectivă 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

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.

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).

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

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

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 cărui 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.

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.

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.1.2 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.

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.

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

2. 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	4	2		3	1	10
Anul II	14	14*	3	3	1	120 ore Practică +Elaborarea disertației	3	1	-

3. ASIGURAREA FLEXIBILIZĂRII INSTRUIRII. CONDIȚIONĂRI

Flexibilizarea programului de studii este asigurată prin discipline opționale și discipline facultative. Disciplinele opționale sunt propuse pentru semestrele 2-4, prin pachete de discipline de specialitate.

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

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

5. CONDIȚII DE FRECVENTARE A DISCIPLINELOR FACULTATIVE

Prezentul Plan de învățământ cuprinde, pe lângă **disciplinele obligatorii și la alegere** (opționale) și **discipline facultative**.

6.. 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, peste cele aferente programului de studii

ANUL I

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

Legendă:

C₁ - criteriul conținutului: DAP - discipline de aprofundare

DS - discipline de sinteză

DCA - discipline de cunoaștere avansată

C₂ - criteriul obligativității: DI - discipline obligatorii (impuse) DO - discipline opționale

DFc - discipline facultative

SI - ore de studiu individual

RECTOR,
PROF. DR. IOAN VASILE ARRUDANDIRECTOR DEPARTAMENT,
PROF. DR. GEORGETA GABRIELA RATULEADECAN,
CONF. DR. HORIA MOASACOORDONATOR PROGRAM STUDII,
PROF. DR. CLAUDIU COMAN

ANUL II

Nr. crt.	Discipline cu criteriul: Obligatoriu	C ₁ **	C ₂ **	Semestrul I								Semestrul II											
				C	S	L	P	SI	Pr	V	Cr	C	S	L	P	SI	Pr	V	Cr				
1	Comportamentul de vot	DAC	DI	2	2	0	0	119	0	E	7												
2	Gestionarea crizelor de imagine	DAP	DI	2	1	0	0	108	0	E	6												
3	Campanii publicitare	DAC	DI	2	1	0	0	108	0	E	6												
4	Branding și identitate corporativă	DAP	DI	2	1	0	0	133	0	E	7												
1	Tehnica discursului public	DAC	DI									2	2	0	0	0	0	E	5				
2	Laborator mass-media	DS	DI									0	0	2	0	51	0	C	3				
3	Campanii electorale	DAC	DI									2	2	0	0	77	0	E	5				
4	Proiect de cercetare	DAC	DI									0	0	0	4	52	0	C	4				
5	Practică + Elaborarea lucrării de disertație	PLD	DI									0	0	0	0	0	120	C	10				
Total				8	5	0	0	468	0	E	C	V	26	4	4	2	4	180	120	E	C	V	27
Total ore didactice pe săptămână				13								14											

Nr. crt.	Discipline cu criteriul: Optional	C ₁ **	C ₂ **	Semestrul I								Semestrul II											
				C	S	L	P	SI	Pr	V	Cr	C	S	L	P	SI	Pr	V	Cr				
5	Teatologie și imagine	DAP	DO	1	1	0	0	72	0	E	4												
5	Branding integrat	DAP	DO	1	1	0	0	72	0	E	4												
6	Dezvoltare personală și reprezentări sociale	DAP	DO									1	1	0	0	51	0	E	3				
6	Legislație și drepturi de autor în publicitate	DAP	DO									1	1	0	0	51	0	E	3				
Total				1	1	0	0	72	0	E	C	V	4	1	1	0	0	51	0	E	C	V	3
										1	0	0						1	0	0			
Total ore didactice pe săptămână				2								2											

Legendă:

C₁ - criteriul conținutului: DAP - discipline de aprofundare DS - discipline de sinteză

DCA - discipline de cunoaștere avansată

C₂ - criteriul obligativității: DI - discipline obligatorii (impuse) DO - discipline opționale

DFc - discipline facultative

SI - ore de studiu individual

RECTOR,
PROF. DR. IOAN VASILE ABRUDAN

DIRECTOR DEPARTAMENT,
PROF. DR. GEORGETA GABRIELA RATULEA



DECAN,
CONF. DR. HORIA MOASA

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: **Cu frecvență**

BILANȚ GENERAL I

Nr. crt.	Disciplină	An I	An II	Total ore	Total %	Standard ARACIS
1	Obligatoriu	420	498	918	94.25	
2	Optional	0	56	56	5.75	
	Total	420	554	974	100	

BILANȚ GENERAL II

Nr. crt.	Discipline	An I	An II	Total ore	Total %	Standard ARACIS
1	Disciplină de aprofundare	112	140	252	25.87	
2	Disciplină de sinteză	98	28	126	12.94	
3	Disciplină de cunoaștere avansată	210	266	476	48.87	
4	Practică pentru elaborarea lucrării de disertație	0	120	120	12.32	5%
	Total	420	554	974	100	

BILANȚ GENERAL III

Nr. crt.	Discipline	An I	An II	Total ore	Total %	Standard ARACIS
1	Practică pentru elaborarea lucrării de disertație	0	120	120	100	5%
	Total	0	120	120	100	

RECTOR,
 PROF. DR. IOAN VASILE ABRUDAN
 DIRECTOR DEPARTAMENT,
 PROF. DR. GEORGETA GABRIELA RATULEA



DECAN,
 CONF. DR. HORIA MOASA

COORDONATOR PROGRAM STUDII,
 PROF. DR. CLAUDIU COMAN