PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT
al promoției 2025 - 2027

Universitatea Transilvania din Braşov

Programul de studii universitare de masterat	**GESTIUNEA CAMPANIILOR DE IMAGINE**
Domeniul fundamental	**Ştiințe sociale**
Domeniul de masterat	**Sociologie**
Facultatea	**Facultatea de Sociologie şi comunicare**
Durata studiilor:	**2 ani**
Forma de învățământ:	**cu frecvență**
Tipul programului de masterat:	

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 şi practică aprofundată, concretizată în formarea unor competențe instrumental-aplicative utile atât din perspectiva inserției pe piața muncii, cât şi pentru dezvoltarea capacităților de cercetare ştiințifică 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 şi negociere etc.
Perspective după finalizarea studiilor: specialişti (expert senior şi cadre de conducere, inclusiv pentru nivelul de top management, respectiv director/ manager relații publice- cod COR 243201) capabili să promoveze produse de relații publice, să gestioneze comunicarea în situații de criză şi să lucreze în echipe multidisciplinare în baza principiilor de eficiență şi deontologie profesională.
Limba de predare: română
2. OBIECTIVE DE FORMARE ŞI COMPETENȚE
Obiectivul general al programului de studii Gestiunea Campaniilor de Imagine este acela de a forma absolvenți ai domeniului de licență capabili de relaționare şi comunicare la nivel micro şi macrosocial, de realizare şi implementare a proiectelor de comunicare în mediul socio-economic. Programul de studii crează oportunități de dezvoltare personală şi profesională în concordanță cu necesitățile pieței muncii globale.
Profilul de competențe dezvoltat în concordanță cu nevoile identificate pe piața muncii şi 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 şi utilizarea limbajului, metodologiilor şi cunoştințelor 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 si 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 şi utilizarea strategiilor, metodelor şi 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 şi promovarea unei campanii de imagine

Rezultate ale învățării.

R.Î.4.1Absolventul identifică și utilizează tehnici de scriere specifice pentru o campanie de imagine (texte pentru publicul extern unei institu ii, texte cu destinație oficială, texte pentru mass – media (comunicatul de presă), texte pentru publicul intern al unei institu ii (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 şi/sau în medierea conflictelor de comunicare.

Rezultate ale învățării.

R.Î.5.1Absolventul 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 teoretica, cât si practica – a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente şi 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 multidisciplinre

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 şi 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 şi 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: 15.75

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	56 ore Practică +60 Elaborarea disertației	3	1	-

* 2 săptămâni alocate elaborării disertației

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 disertației: semestrele 3 – 4;

2 Perioada de finalizare a disertației: 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

Ministerul Educației și Cercetării

Universitatea Transilvania din Braşov — Plan de învățământ valabil în an universitar 2025-2026

Facultatea de Sociologie şi comunicare

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

Domeniul fundamental: **Ştiinţe sociale**

Domeniul de masterat: **Sociologie**

Durata studiilor: **2** ani

Forma de învățământ: **Cu frecvenţă**

ANUL I

Nr. crt.	Discipline cu criteriul: **Obligatoriu**	C_1**	C_2**	**Semestrul I**										**Semestrul II**									
				C	**S**	**L**	**P**	**Pr**	**SI**	**Aint**	**V**			**Cr**	**C**	**S**	**L**	**P**	**Pr**	**SI**	**Aint**	**V**			**Cr**
1	Analiza imaginii	DS	DOB	2	2	0	0	0	184	0	E			8											
2	Evaluarea imaginii	DF	DOB	2	2	0	0	0	184	0	E			8											
3	Crearea de conținut pentru multimedia	DC	DOB	2	1	0	0	0	168	0	E			7											
4	Construcția simbolică a identității	DS	DOB	2	2	0	0	0	154	0	E			7											
5	Tehnici promoționale	DF	DOB												2	1	0	0	0	138	0	E			6
6	Psihosociologia reclamei/consumatorului	DF	DOB												2	0	0	1	0	154	0	E			7
7	Construcția de marcă	DF	DOB												2	1	0	0	0	184	0	E			8
8	Etică și integritate academică	DC	DOB												0	0	0	1	0	76	0	E			3
9	Sfera publică și imaginea politică	DC	DOB												2	1	0	0	0	138	0	E			6
Total				8	7	0	0	0	690	0	**E** 4	**C** 0	**V** 0	30	8	3	0	2	0	690	0	**E** 5	**C** 0	**V** 0	30
Total ore didactice pe săptămână				15											13										

Legendă:

C_1* = *criteriul conținutului*: **DF** – Discipline fundamentale **DS** – discipline de specializare **DC** – discipline complementare

C_2** = *criteriul obligativității*: **DOB** – discipline obligatorii (impuse) **DOP**–discipline opționale **DFA**–discipline facultative

SI = ore de studiu individual

RECTOR,
PROF. DR. IOAN VASILE ABRUDAN

DECAN,
CONF. DR. HORIA MOASA

DIRECTOR DEPARTAMENT,
PROF. DR. GEORGETA GABRIELA RATULEA

COORDONATOR PROGRAM STUDII,
PROF. DR. CLAUDIU COMAN

Ministerul Educației și Cercetării

Universitatea Transilvania din Braşov
Plan de învățământ valabil în an universitar 2026-2027

Facultatea de Sociologie şi comunicare
Programul de studii universitare de masterat**: GESTIUNEA CAMPANIILOR DE IMAGINE**
Domeniul fundamental: **Ştiinţe sociale**
Domeniul de masterat: **Sociologie**
Durata studiilor: **2** ani
Forma de învățământ: **Cu frecvență**

ANUL II

Nr. crt.	Discipline cu criteriul: **Obligatoriu**	C_1**	C_2**	Semestrul I									Semestrul II								
				C	S	L	P	Pr	SI	Aint	V	Cr	C	S	L	P	Pr	SI	Aint	V	Cr
1	Campanii publicitare	DF	DOB	1	1	0	0	0	272	0	E	10									
2	Branding și identitate corporativă	DS	DOB	1	1	0	0	0	272	0	E	10									
3	Campanii electorale	DF	DOB	1	1	0	0	0	272	0	E	10									
4	Proiect de cercetare	DF	DOB										0	0	0	0	0	150	6	E	5
5	Elaborarea lucrării de disertație	PLD	DOB										0	0	0	0	5	300	0	V	10
6	Practica de specialitate 03	PS	DOB										0	0	0	0	5	300	0	V	10
7	Teatrologie și imagine	DS	DOB										0	0	0	0	0	150	6	E	5
Total				3	3	0	0	0	816	0	E: 3 / V: 0	30	0	0	0	0	10	900	12	E: 2 / V: 2	30
Total ore didactice pe săptămână				6									12								

Legendă:
C_1* = *criteriul conținutului*: **DF** – Discipline fundamentale **DS** – discipline de specializare **DC** – discipline complementare
C_2** = *criteriul obligativită ii*: **DOB** – discipline obligatorii (impuse) **DOP**–discipline opționale **DFA**–discipline facultative

SI = ore de studiu individual

RECTOR,
PROF. DR. IOAN VASILE ABRUDAN

DECAN,
CONF. DR. HORIA MOASA

DIRECTOR DEPARTAMENT,
PROF. DR. GEORGETA GABRIELA RATULEA

COORDONATOR PROGRAM STUDII,
PROF. DR. CLAUDIU COMAN

Universitatea Transilvania din Braşov
Facultatea de Sociologie şi comunicare
Programul de studii universitare de masterat: **GESTIUNEA CAMPANIILOR DE IMAGINE**
Domeniul fundamental: **Ştiinţe sociale**
Domeniul de masterat: **Sociologie**
Durata studiilor: **2** ani
Forma de învățământ: **Cu frecvență**

BILANȚ GENERAL I

Nr. crt.	Discipline	An I	An II	Total ore	Total %
1	Obligatoriu	392	392	784	100
	Total	392	392	784	100

BILANȚ GENERAL II

Nr. crt.	Discipline	An I	An II	Total ore	Total %
1	Practică de specialitate	0	70	70	8,92
2	Practică pentru elaborarea lucrării de disertație	0	70	70	8,92
3	Discipline fundamentale	182	140	322	41,07
4	Discipline de specializare	112	112	224	28,57
5	Discipline complementare	98	0	98	12,52
	Total	392	392	784	100

BILANȚ GENERAL III

Nr. crt.	Discipline	An I	An II	Total ore	Total %
1	Practică de specialitate (NU SE INMULTESC)	0	70	70	50
2	Practică pentru elaborarea lucrării de disertație	0	70	70	50
	Total	0	140	140	100

RECTOR,
PROF. DR. IOAN VASILE ABRUDAN

DECAN,
CONF. DR. HORIA MOASA

DIRECTOR DEPARTAMENT,
PROF. DR. GEORGETA GABRIELA RATULEA

COORDONATOR PROGRAM STUDII,
PROF. DR. CLAUDIU COMAN