

Universitatea "VASILE ALECSANDRI" DIN BACĂU

Facultatea de Litere

Calificarea: COR 244701 specialist în relații publice; COR 244706 purtător de cuvânt; COR 244707 brand manager; COR 241901 organizator protocol; COR 241911 organizator târguri și expoziții; COR 241912 prezentator expoziții; COR 241217 organizator/ consultant; COR 232201 profesor în învățământul gimnazial – în științe ale comunicării (în condițiile legii); COR 242323 responsabil al managementului de responsabilitate socială; COR 241924 asistent director; COR 245121 tehnoredactor.

Nivelul de studii: Master

Domeniul fundamental: **Științe sociale** Domeniul de studii: **Științe ale comunicării**

Programul de studii: **Comunicare în spațiul public**

**Grila 2. Stabilirea corelațiilor dintre competențele profesionale și competențele transversale și ariile de conținut, disciplinele de studiu și creditele alocate**

Competențe profesionale	Competențe explicitate prin descriptorii de nivel	Arii de conținut	Discipline de studiu	Credite		
				Puncte de credit	Pe disciplină	Pe competență
<b>C1 Utilizarea adecvată a limbajului și a cunoștințelor de specialitate din domeniul științe ale comunicării</b>	<b>C1.1.</b> Explicarea conceptuală a situațiilor de comunicare și a problemelor de specialitate din domeniu	Utilizarea cunoștințelor de bază pentru explicarea și interpretarea unor variate tipuri de concepte, situații, procese, proiecte etc. asociate domeniului	Filosofia spațiului public Spațiul public european Interacțiune și strategii interacționale/ Pragmatica discursului Antropologia comunicării Gen și comunicare în construcția spațiului public Tehnici de construire a semnificației în spațiul public	3 2 1 3 4 3	7 6 4 7 7 6	49
	<b>C1.2.</b> Utilizarea principalelor concepte specifice domeniului și a terminologiei de specialitate în situații multiple	Înțelegerea conceptelor, teoriilor și metodelor de bază ale domeniului și ale ariei de specializare; utilizarea lor adecvată în comunicarea din spațiul public	Deontologia comunicării Comunicare și negociere în spațiul public Comunicare politică și campanii prezidențiale Mass-media locală și regională în spațiul european Antropologia comunicării	1 3 3 2 2	6 5 7 6 7	

	<b>C1.3.</b> Aplicarea principiilor deontologice care stau la baza organizării și funcționării activităților specifice domeniului de specialitate		Deontologia comunicării Gen și comunicare în construcția spațiului public Practica de specialitate	2 3 3	6 7 3	
	<b>C1.4.</b> Cunoașterea modului de organizare și funcționare a spațiului public (european) și a interacțiunilor dintre principalele instituții și actori implicați		Spațiul public european Globalizare și identitate culturală Relații publice și responsabilitate socială Filosofia spațiului public Mass-media locală și regională în spațiul european	2 3 2 4 3	6 6 6 7 6	
	<b>C1.5.</b> Elaboarea unor proiecte de investigație și intervenție în domeniul de specialitate		Metodologia cercetării	1	6	
<b>C2 Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC)</b>	<b>C2.1.</b> Identificarea și înțelegerea tehnicilor multimedia pentru tipurile de comunicare în spațiul public	Utilizarea cunoștințelor de specialitate în explicarea și interpretarea unor situații, procese, proiecte etc. asociate domeniului	Tehnologii multimedia pentru comunicarea online/ Elaborarea aplicațiilor software pentru medii digitale și mobile Interacțiune și strategii interacționale / Pragmatica discursului	2  1	4  4	19
	<b>C2.2.</b> Identificarea particularităților utilizării specializate a diverselor tipuri media în comunicare		Acte de limbaj în discursul mediatic Social Media/ Sociologia comunicării Practici de comunicare în limba engleză* Practici de comunicare în limba franceză*	2 1 3 3	7 4 6 6	
	<b>C2.3.</b> Utilizarea tehnologiilor adecvate în realizarea diverselor produse de informare în spațiul		Acte de limbaj în discursul mediatic Tehnologii multimedia	2 1	7 4	

	public		<p>pentru comunicarea online Social Media/ Sociologia comunicării</p> <p>Practici de comunicare în limba engleză*</p> <p>Practici de comunicare în limba franceză*</p>	2	4	
	C2.4 Utilizarea unor criterii și metode de evaluare a tehnologiilor folosite în cadrul unor acte concrete de informare și comunicare		<p>Metodologia cercetării Social Media/ Sociologia comunicării</p>	3	6	
	C2.5. Realizarea de portofolii cu privire la dimensiunea mediatică a unui act de informare și/sau comunicare profesionalizată		<p>Relații publice și responsabilitate socială Campanii de relații publice</p>	3	6	
<b>C3 Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în spațiul public</b>	C3.1. Aplicarea conceptelor, teoriilor, paradigmelor și metodologiilor în analiza comunicării din spațiul public	Aplicarea unor principii și metode de bază pentru rezolvarea de probleme/situații bine definite, tipice domeniului în condiții de asistență calificată	Deontologia comunicării	2	6	35
			Antropologia comunicării	2	7	
			Comunicare politică și campanii prezidențiale	4	7	
	Campanii de relații publice		3	7		
	Manipulare și persuasiune		2	7		
	Tehnici de construire a semnificației în spațiul public		2	6		
	C3.2. Analiza comunicării și a publicului din perspectiva unor parametri specifici domeniului		Relații publice și responsabilitate socială	2	6	
			Globalizare și identitate culturală	3	6	
			Mass-media locală și regională în spațiul european	1	6	
C3.3. Utilizarea unor metode adecvate de cercetare pentru proiectarea și rezolvarea unor probleme de interes public	Brand și branding	2	6			
	Metodologia cercetării Spațiul public european	2	6			

	<b>C3.4.</b> Utilizarea unor tehnici relevante pentru monitorizarea și evaluarea proceselor de comunicare		Comunicare și negociere în spațiul public	1	5	
			Interacțiune și strategii interacționale	2	4	
			Acte de limbaj în discursul mediatic	2	7	
			Manipulare și persuasiune	3	6	

<b>C4</b> Realizarea și promovarea unui produs de relații publice și publicitate	<b>C4.1.</b> Aplicarea metodelor adecvate dezvoltării unui produs de RP	Utilizarea adecvată de criterii și metode de evaluare, pentru a aprecia calitatea unor procese, programe, proiecte	Brand și branding	2	6	5
			Tehnologii multimedia pentru comunicare online / Elaborarea aplicațiilor software pentru medii digitale și mobile	1	4	
	<b>C4.2.</b> Proiectarea și implementarea unei strategii de branding		Brand și branding	2	6	

Competențe transversale	Discipline de studiu	Credite		
		Puncte de credit	Pe disciplină	Pe competență
<b>CT1:</b> Rezolvarea în mod realist – cu argumentare atât teoretică, cât și practică – a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora	Deontologia comunicării Manipulare și persuasiune Tehnici de construire a semnificației în spațiul public Acte de limbaj în discursul mediatic	1 1 1 1	6 6 6 7	4

CT2: Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice	Comunicare și negociere în spațiul public	1	5	3
	Campanii de relații publice	1	7	
	Metodologia cercetării	1	6	
CT3: Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și a adaptării la cerințele pieței muncii	Cercetare pentru disertație	4	4	4
	Prezentarea și susținerea lucrării de disertație**	10	10	

\* discipline facultative, cu număr de credite peste cele 120 obligatorii

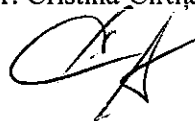
\*\* credite obținute la finalizarea studiilor

Recapitulația pe categorii de discipline	Număr puncte credit ECTS
Discipline obligatorii	108
Discipline opționale	12
<b>Total puncte credit program</b>	<b>120</b>
Discipline facultative	16
Finalizare de studii	10

**Decan,**  
Conf. univ. dr. Simina Mastacan



**Coordonator program,**  
Lector univ. dr. Cristina-Cîrțiță Buzoianu



**Director departament,**  
Lector univ. dr. Luminița Drugă

