

MODELE DE COMUNICARE ȘI RELAȚII PUBLICE

ANEXA CU REZULTATELE ÎNVĂȚĂRII CORESPUNZĂTOARE PLANULUI DE ÎNVĂȚĂMÂNT 2025-2027

ANUL I (2025-2026)

Rezultate așteptate ale învățării/ Discipline	Corporalitate și senzoritate în procesul comunicării	Ten din rețea în relațiile publice	Sociologice în ampiețea interpersonale	Noile tehnologii de comunicație în sfera digitală	Antropologie	Etica și integritate academică	Etică și integritate academică	Elemente de programare în campania de relații publice (issues management)	Cultura populară, modele și practici mediale	Practică în medii online	Negociere conversațională: forme, funcții și strategii în relații publice	Statistici	Practică
Cunoștințe													
C.1. Studentul/Absolventul identifică principalele noțiuni și curente din antropologia comunicării și antropologia corpului	X				X								
C.2. Studentul/Absolventul descrie și analizează condițiile de interacțiune și efectele lor asupra indivizilor și grupurilor din societatea contemporană modelată de tehnologiile digitale			X		X								

C.3. Studentul/Absolventul identifică principalele norme etice referitoare la transformările din relații publice, precum și concepte folosite în practica de comunicare corporativă și în planificarea strategică din cadrul companiilor		X						X					X
C.4. Studentul/Absolventul identifică și explică mecanismele de influență a noilor tehnologii și consecințele acestora în domeniul comunicării				X		X		X					
C.5. Studentul/Absolventul recunoaște relevanța și importanța codurilor etice și a standardelor profesionale ca bază a conduitei, cercetării și practicii profesionale						X	X						X
C.6. Studentul/Absolventul descrie concepte referitoare la public și audiența mass-media, interpretarea produselor mediatice, metode de măsurare									X	X			
C.7. Studentul/Absolventul identifică tehnici de redactare sau structurarea a conținutului (narative, descriptive, expositive, argumentative sau persuasive) și principii de retorică sau compunere a mesajelor în scopul de a informa, convinge sau motiva publicul								X	X		X		
C.8. Studentul/Absolventul identifică principalele concepte și teorii din domeniul studiilor de gen												X	
Aptitudini													
A.1. Studentul/Absolventul aplică teorii și concepte din antropologie culturală și antropologia gesturilor în contexte de relații publice	X					X							
A.2. Studentul/Absolventul utilizează concepte, modele, instrumente de psihologie socială și sociologie în domeniile relațiilor publice și comunicării media			X					X		X			
A.3. Studentul/Absolventul aplică principiile și standardele deontologice în activități profesionale specifice		X											
A.4. Studentul/Absolventul adaptează din diverse perspective (lingvistică, sociologică) mesajele la diverse situații și categorii sau segmente de public				X							X		
A.5. Studentul/Absolventul selectează modele pentru luarea deciziilor etice sau normelor etice care stau la baza funcționării activităților din domeniile comunicării politice și de afaceri						X	X	X					
A.6. Studentul/Absolventul utilizează instrumente de evaluare specifice activităților de relații publice, comunicare, marketing								X					X
A.7. Studentul/Absolventul analizează caracteristicile, nevoile									X			X	

și așteptările publicului-țintă folosind cunoștințe și teorii din domeniile studiilor de gen și popular culture													
Responsabilitate și autonomie													
R.1. Studentul/Absolventul evaluează forme și procese ale comunicării din perspectivă antropologică	X				X						X		
R.2. Studentul/Absolventul evaluează critic prezența noilor tehnologii digitale și a platformelor social media în activitatea departamentelor și a agențiilor de relații publice		X		X									
R.3. Studentul/Absolventul evaluează comportamente individuale și colective pentru a planifica și elabora campanii de relații publice			X					X					
R.4. Studentul/Absolventul analizează critic pluralitatea de interpretări date și opinii formulate în contextul reprezentării media a subiectelor și evenimentelor curente									X	X	X		
R.5. Studentul/Absolventul acționează responsabil în context profesional în conformitate cu reperele etice, deontologice și legale						X	X					X	
R.6. Studentul/Absolventul elaborează proiecte de soluționare a unui brief, indicând obiectivele, planul de implementare și metodele de evaluare pentru propunerea făcută								X					X
R.7. Studentul/Absolventul evaluează caracteristicile reprezentărilor în mass-media și platforme digitale din perspectiva genului și a egalității de gen												X	

ANUL II (2026-2027)

Rezultate așteptate ale învățării/Disciplină	C o m u n i c a r e v i z u a l ă	Ma nag eme ntul dep arta me ntel or și age nții or de RP	Res pon sabi litate cor por ativ ă și cor porate affa irs	Pla nifi car e stra tegi că și logi stic ă a eve nim ente lor -stu dii de caz	Ge n și me dia	Eval uare a cam panii lor de rela ții publi ce	Com unic are politi că și rela ții publi ce inter națio nale	Cu rs op țio nal 1/ Cu rs op țio nal 2	For mar ea im agi nii de mar c ă	Ca mp anii de rela ții pub lice: gest iun ea situ ațiilor or de criz ă	Coo rdo nar ea cerc etării pen tru elab ora rea dise rta ției	P r a c tici c ă d e s p e c i a l i t a t e
Cunoștințe												
C.1. Studentul/Absolventul recunoaște și descrie elemente de bază și principii fundamentale din domeniul comunicării vizuale	X					X						
C.2. Studentul/Absolventul identifică etapele de planificare ale unor evenimente și diferențiază între strategiile și designurile 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)		X		X						X		
C.3. Studentul/Absolventul recunoaște și descrie practici și politicile sociale corporative (legislație, reglementări sectoriale, dezbateri teoretice) și înțelege utilitatea publică a responsabilității sociale corporative pentru societate și economie			X					X				X
C.4. Studentul/Absolventul identifică principalele concepte, teorii și modele din domeniile comunicării politice și relațiilor internaționale							X					

C.5. Studentul/Absolventul diferențiază între obiective strategice și obiective tactice/operationale în scopul evaluării campaniilor de relații publice						X						
C.6. Studentul/Absolventul distinge concepte fundamentale legate de noțiunea de gen din perspectiva studiilor culturale și studiilor de gen					X					X		
C.7. Studentul/Absolventul diferențiază între etapele și procesele construcției imaginii de marcă									X			
C.8. 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											X	
Aptitudini												
A.1. Studentul/Absolventul selectează instrumente de comunicare vizuală în vederea elaborării unor produse vizuale	X					X						
A.2. Studentul/Absolventul aplică metode și strategii adecvate în situații de criză				X						X		
A.3. Studentul/Absolventul analizează campanii sociale din mediul corporativ privat			X									
A.4. Studentul/Absolventul analizează critic evenimentele curente din politică și economie la nivel intern și internațional							X					
A.5. Studentul/Absolventul selectează instrumente de măsurare și de evaluare a campaniilor de relații publice						X		X				X
A.6. Studentul/Absolventul interpretează valorile și mesajele ideologice și culturale încorporate în produsele media					X			X				
A.7. Studentul/Absolventul selectează etapele construcției imaginii de marcă pentru a elabora identitatea de marcă						X			X			
A.8. Studentul/Absolventul evaluează instrumente de lucru și subiecte din domeniul comunicării și relațiilor publice în vederea elaborării disertației											X	
Responsabilitate și autonomie												
R.1. Studentul/Absolventul analizează critic produse din sfera comunicării vizuale și elaborează materiale adaptate comunicării cu o marcă	X								X			
R.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		X		X						X		

R.3. Studentul/Absolventul simulează practici de gestiune a activităților și strategiilor de responsabilitate socială corporativă pentru diverse organizații private			X									X
R.4. Studentul/Absolventul evaluează critic campanii de comunicare politică							X					
R.5. Studentul/Absolventul evaluează reprezentările din mass-media și platformele digitale ale unui subiect, grup, categorii sociale, marcă și elaborează campanii de relații publice în scopul rezolvării unor situații de criză						X		X		X		
R.6. Studentul/Absolventul analizează critic tendințele culturale populare, cum ar fi cultura pop și argoul cultural și social și mesajele de pe rețelele de socializare / platformele digitale					X			X				
R.7. Studentul/Absolventul evaluează activitățile și procesele, funcțiile, organigrama, fluxul de informații din departamente și agenții de relații publice		X				X						X
R.8. Studentul/Absolventul redactează și editează lucrări științifice și academice pe diferite teme, evitând comportamentele greșite, cum ar fi falsificarea și plagiatul					X			X			X	