

REZULTATELE ÎNVĂȚĂRII

Nr. crt.	CUNOȘTINȚE	APTITUDINI	RESPONSABILITATE ȘI AUTONOMIE	Exemple de discipline care pot contribui la atingerea rezultatelor:
1	C.2.2. Masterandul 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. Masterandul identifică structurile de proprietate, mecanismele de control, modele de producție și distribuție specifice sistemelor mass media;	A.2.2. Masterandul analizează caracteristicile, nevoile și așteptările publicului-țintă utilizând modele, grile, teste, proceduri și aplicații software adecvate în contextul comunicării publice profesionale; A.2.3. Masterandul adaptează mesajele la diverse situații și categorii sau segmente de public în contextul comunicării profesionale.	R.2.2. Masterandul utilizează modelele de comunicare, teorii media și indicatori de audiență pentru a proiecta, adapta sau evalua planuri media; R.2.3. Masterandul analizează critic pluralitatea de interpretări date și de opinii formulate în contextul reprezentării media a subiectelor și evenimentelor curente.	Industrii creative, industrii culturale și științele comunicării
2	C.2.1. Masterandul identifică principalele teorii, modele și elemente ale comunicării directe și mediate tehnologic, în contextul comunicării de masă și comunicării mediate de computer;	A.2.1. Masterandul selectează modelele care explică o situație de comunicare în contextul unei probleme profesionale;	R.2.1. Masterandul evaluează caracteristicile reprezentării în mass-media și platformele digitale a unei teme, unei persoane, unui grup sau unei categorii sociale;	Aplicații multimedia în comunicarea din secolul al XXI-lea
3	C3.Masterandul elaborează și proiectează măsuri de intervenție, programe, strategii și politici sociale pe baza terminologiei, metodelor și paradigmatelor specifice. Masterandul recunoaște relevanța și importanța codurilor etice și a standardelor profesionale ca bază a conduitei, cercetării și practicii profesionale.	A2. Masterandul identifică metode, tehnici, procedee și instrumente adecvate pentru cercetarea fenomenelor sociale și culegerea datelor empirice. Masterandul consultă colegii/supervizorii pentru căutarea altor puncte de vedere relevante din literatură, atunci când fundamentează practica profesională.	R.2.Masterandul administrează bazele de date construite cu indicatori socio-economici și culturali prin intermediul procedurilor și aplicațiilor software specializate.Masterandul dovedește reflexivitate, prin disponibilitatea de a reflecta critic, orientat spre ipoteze, și de a aplica raționamente	Practică de specialitate
4	C.5.1. Masterandul identifică modele utilizate pentru luarea deciziilor etice sau raționamente morale în problemele din domeniul comunicării; C.5.2.Masterandul identifică normele profesionale în raport cu rolul asumat în comunicarea publică;	A.5.1. Masterandul aplică modele pentru luarea deciziilor etice sau raționamente morale și principiile deontologice sau normele etice care stau la baza organizării și funcționării activităților specifice domeniului științe ale comunicării și modului de organizare a profesiei în probleme din domeniul comunicării, în crearea și distribuirea conținutului pe canale media publice și private;	R.5.1. Masterandul judecă în raport cu modele pentru luarea deciziilor etice, coduri deontologice, respectiv legislației naționale și europene în raport în contextul luării de decizii în probleme profesionale din domeniul comunicării.	Etică și integritate în activitățile academice și profesionale
5	C4.Masterandul examinează, analizează, explică și interpretează curente de opinie publică pe baza cercetărilor de teren. C5.Masterandul adaptează terminologia și strategiile de comunicare cu grupurile țintă, conform profilului categoriilor socio-profesionale vizate.	A5.Masterandul identifică particularitățile comunicării în context social, elaborează și implementează strategii de comunicare pentru grupuri, organizații și comunități. A6.Masterandul elaborează, analizează și evaluează strategii și procese de comunicare socială în grupuri, comunități și organizații, inclusiv pentru evaluarea și formarea resurselor umane.	R.5. Masterandul evaluează modalități de elaborare și implementare a diagnozei, programelor și politicilor sociale. R.6.Masterandul construiește și evaluează indicatori sociali relevanți pentru cercetările sociale și culturale.	Strategii de comunicare în industriile creative din spațiile anglofone/francefone

6	C.4.2. Masterandul diferențiază între probleme sau formulări descriptive și probleme sau formulări prescriptive în contextul evaluării afirmațiilor în comunicarea profesională; C.4.3. Masterandul diferențiază între tipuri de narațiuni, tipuri de raționamente, elemente de logică, teoria argumentării și retorică sau discurs public pentru a clasifica perspective diferite, respectiv evalua argumente în contextul comunicării profesionale.	A.4.2. Masterandul descoperă erori în argumentație, cadre sau scheme de interpretare distincte oferite de diferite surse în contextul comunicării profesionale; A.4.3. Masterandul analizează cuvinte, expresii, semne și simboluri, precum și relația dintre acestea în raport cu conceptele fundamentale ale semioticii și teoriei narative în contextul analizei profesionale a mesajelor media textuale, vizuale, audiovizuale și multimodale;	R.4.3. Masterandul analizează critic evenimentele curente în politică, economie, comunitățile sociale, sectoarele culturale, pe plan internațional și în sport, precum și tendințele culturale populare, cum ar fi cultura pop și argoul cultural și social și mesajele publice ale persoanele de pe rețelele de socializare / platformele digitale	Semiotică și cultură în era digitală
7	Masterandul definește profilul digital și adaptează conținuturile curriculare la acest specific b) Identifică specificul exigențelor și rigorilor de utilizare responsabilă a noilor tehnologii în situații didactice variate.	Masterandul analizează profilul digital personal și a implicațiilor utilizării tehnologiei asupra dezvoltării și învățării.	Masterandul gestionează mediul digital educațional în siguranță, responsabil și etic, în acord cu caracteristicile și nevoile copiilor/elevilor/tinerilor în scopul eficientizării învățării	Postumanism și realitate virtuală
8	Masterandul identifică structurile de proprietate, mecanismele de control, modele de producție și distribuție specifice sistemelor mass media; C.2.4. Masterandul 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.	Masterandul adaptează mesajele la diverse situații și categorii sau segmente de public în contextul comunicării profesionale.	Masterandul analizează critic pluralitatea de interpretări date și de opinii formulate în contextul reprezentării media a subiectelor și evenimentelor curente.	Kitschul în arte și mass-media
9	Masterandul diferențiază între tipuri de narațiuni, tipuri de raționamente, elemente de logică, teoria argumentării și retorică sau discurs public pentru a clasifica perspective diferite, respectiv evalua argumente în contextul comunicării profesionale.	Masterandul interpretează valorile și mesajele ideologice și culturale încorporate în produsele media.	Masterandul analizează critic evenimentele curente în politică, economie, comunitățile sociale, sectoarele culturale, pe plan internațional și în sport, precum și tendințele culturale populare, cum ar fi cultura pop și argoul cultural și social și mesajele publice ale persoanele de pe rețelele de socializare / platformele digitale.	Industria culturală și teorie critică
10	Masterandul clasifică diferitele surse de informare în diferite categorii (cum ar fi date primare și secundare) și pe baza conținutului acestora, a caracteristicilor materiale, a autorilor etc.;	Masterandul descoperă erori în argumentație, cadre sau scheme de interpretare distincte oferite de diferite surse în contextul comunicării profesionale;	Masterandul evaluează sursele informațiilor și corectitudinea informațiilor receptate; R.4.3. Masterandul analizează critic evenimentele curente în politică, economie, comunitățile sociale, sectoarele culturale, pe plan internațional și în sport, precum și tendințele culturale populare, cum ar fi cultura pop și argoul cultural și social și mesajele publice ale persoanele de pe rețelele de socializare / platformele digitale.	Tehnologiile de informare și comunicare pentru industriile creative

11	Masterandul clasifică diferitele surse de informare în diferite categorii (cum ar fi date primare și secundare) și pe baza conținutului acestora, a caracteristicilor materiale, a autorilor etc.; C.4.2. Masterandul diferențiază între probleme sau formulări descriptive și probleme sau formulări prescriptive în contextul evaluării afirmațiilor în comunicarea profesională;	Masterandul descoperă erori în argumentație, cadrele sau scheme de interpretare distincte oferite de diferite surse în contextul comunicării profesionale;	Masterandul elaborează o analiză media sau o monitorizare media în raport cu un subiect, o temă, o persoană publică, o organizație sau o marcă;	Gândire comunicațională, gândire critică, gândire creativă
12	Masterandul identifică principalele metode de cercetare cantitativă și calitativă pentru colectarea, analiza și interpretarea datelor în evaluarea textului	Masterandul detectează/analizează detaliile notabile, realizează reflecția critică și adaptarea evaluării pentru a asigura calitatea procesului .	Masterandul manifestă flexibilitate prin disponibilitatea de a explora diferite interpretări ale rezultatelor evaluării și de a analiza și propriile prejudecăți.	Intertextualitate și interculturalitate în industriile creative din spațiile anglofone/francofone
13	Masterandul diferențiază între principalele abordări metodologice în domeniul științe ale comunicării – metode cantitative, metode calitative, abordări retorice, discursive și mixte	Masterandul discută limitele cercetărilor, evaluând critic gradul de generalizare a concluziilor și propune strategii pentru adâncirea/verificarea suplimentară a acestora.	Masterandul raportează rezultate, statistici și concluzii în fața unui public într-un mod clar, transparent și simplu.	Retorică și persuasiune în industriile creative
14	Masterandul sumarizează teoriile despre diversitate / teoriile interculturale / despre adaptare și incluziune în practica profesională. Masterandul demonstrează însușirea unor cunoștințe consistente despre diferențele interindividuale prin operaționalizarea teoriilor despre personalitate, atunci când se află în relație cu beneficiarii serviciilor psihologice.	Masterandul adoptă perspective multiple în interpretarea dinamicii de personalitate. Masterandul identifică diferențele individuale prin aplicarea adecvată a teoriilor despre personalitate în cadrul practicii profesionale, sub supervizare. Masterandul participă în comunitatea profesională și în mediul social mai larg în care face parte la acțiuni de advocacy pentru reprezentării alterității / categoriilor sociale minoritare, sub supervizare.	Masterandul indică disponibilitatea de a explora experiențe, valori și cunoștințe noi, care sunt proprii unor identități personale și sociale diferite. Masterandul empatizează cu „celălalt”, prin manifestarea dorinței de a înțelege și împărtăși sentimentele proprii și ale altora într-un demers de cunoaștere psihologică. Masterandul exprimă în practica profesională curiozitate și respect față de identități sociale / culturale diferite.	Psihologia comunicării și comunicarea de masă
15	identifică principalele teorii, modele și elemente ale comunicării directe și mediate tehnologic, în contextul comunicării de masă și comunicării mediate de computer;	analizează caracteristicile, nevoile și așteptările publicului-țintă utilizând modele, grile, teste, proceduri și aplicații software adecvate în contextul comunicării publice profesionale;	utilizează modelele de comunicare, teorii media și indicatori de audiență pentru a proiecta, adapta sau evalua planuri media; R.2.3. analizează critic pluralitatea de interpretări date și de opinii formulate în contextul reprezentării media a subiectelor și evenimentelor curente.	Interacțiune naturală om-calculator
16	Masterandul demonstrează înțelegerea conceptelor referitoare la utilizarea instrumentelor și aplicațiilor informatice utilizate în marketing, inclusiv a celor bazate pe tehnologii din domeniul inteligenței artificiale.	Masterandul utilizează cunoștințele avansate legate de sistemelor informatice de marketing și poate contribui la digitalizarea activităților de marketing ale organizației.	Masterandul manifestă o atitudine deschisă, bazată pe rigoare științifică cu privire la procesul de dezvoltare a instrumentelor de comunicare în mediul online (pagini web) bazate pe principii de marketing și realizarea de strategii de marketing online.	Marketing pentru industriile creative

17	Masterandul acumulează cunoștințe referitoare la componentele, tipologia și rolul strategiilor și politicilor manageriale precum și la fundamentarea, elaborarea și implementarea acestora în cadrul organizațiilor în ansamblul lor sau pe subdiviziuni.	Masterandul dezvoltă aptitudini pentru utilizarea corespunzătoare a conceptelor, teoriilor, metodelor și instrumentelor de natură informațională, decizională și organizatorică în cadrul organizațiilor.	Masterandul demonstrează capacitatea de analiză și sinteză manifestată prin interpretarea și integrarea cunoștințelor acumulate în domeniul managerial, în vederea adoptării deciziilor optime în cadrul organizației.	Managementul afacerilor din industriile creative și din media
18	Masterandul 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;	Masterandul 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;	Masterandul redactează și editează texte originale de natură creativă, jurnalistice, promoționale, publicitare, de promovare instituțională, funcționale, tehnice sau academice.	Transmedia storytelling
19	Masterandul 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;	Masterandul aplică principii de retorică sau compunere a mesajelor ce vizează îmbunătățirea capacității scriitorilor și vorbitorilor de a informa, convinge sau motiva publicul;	Masterandul redactează și editează texte originale de natură creativă, jurnalistice, promoționale, publicitare, de promovare instituțională, funcționale, tehnice sau academice.	Scrierea creativă ca strategie de marketing
20	Masterandul identifică specificul exigențelor și rigorilor de utilizare responsabilă a noilor tehnologii în situații didactice variate.	Masterandul aplică noilor resurse și tehnologii în elaborarea și derularea planului de dezvoltare a carierei pe termen mediu și lung	Masterandul gestionează mediul digital educațional în siguranță, responsabil și etic, în acord cu caracteristicile și nevoile copiilor/elevilor/tinerilor în scopul eficientizării învățării	Cartea în era digitală
21	Masterandul descrie specificul și potențialul formativ al unei varietăți de aplicații digitale, raportându-se critic la utilizarea lor educațională în eficientizarea învățării	Masterandul aplică noilor resurse și tehnologii în elaborarea și derularea planului de dezvoltare a carierei pe termen mediu și lung.	Manifestă atitudini pozitive, active, creative și reflexive, a spiritului critic față de profesia didactică și propria formare continuă.	Artele spectacolului în era digitală; Jocurile în era digitală
22	Masterandul 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.Masterandul identifică structurile de proprietate, mecanismele de control, modele de producție și distribuție specifice sistemelor mass media;	Masterandul evaluează percepția publică, participă în rețele profesionale și inițiază conversații în raport cu o persoană publică, o organizație sau o marcă (brand).	Masterandul 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, organizații sau mărci (brand).	Artele vizuale în era digitală
23	Masterandul diferențiază între principalele abordări metodologice în domeniul științe ale comunicării – metode cantitative, metode calitative, abordări retorice, discursive și mixte.	Masterandul discută limitele cercetărilor, evaluând critic gradul de generalizare a concluziilor și propune strategii pentru adâncirea/verificarea suplimentară a acestora.	Masterandul raportează rezultate, statistici și concluzii în fața unui public într-un mod clar, transparent și simplu.	Activitate de documentare și de cercetare

24	Masterandul recunoaște relevanța și importanța codurilor etice și a standardelor profesionale ca bază a conduitei, cercetării și practicii profesionale.	Masterandul consultă alți specialiști pentru căutarea altor puncte de vedere relevante din literatură, atunci când își fundamentează practica profesională.	Masterandul dovedește reflexivitate, prin disponibilitatea de a reflecta critic, orientat și de a aplica raționamente în procesele de luare a deciziilor.	Practică profesională
25	Masterandul prezintă conținuturile specifice domeniului și corelează principalele teorii și orientări metodologice ale învățării din perspectiva proiectării/ designului pedagogic	Masterandul elaborează modele de proiectare a activităților educaționale sau design pedagogic, integrând resursele inovative	Masterandul dezvoltă atitudini creatoare și constructive în aplicarea designului și principiilor pedagogice	Activitatea de elaborare a lucrării de disertație