

Aprobat
Ședința Senatului
din data 23.09.2026

AVIZAT
Ședința Consiliului de administrație
din data 31.07.2026

Universitatea „Ștefan cel Mare” din Suceava
Facultatea de Litere și Științe ale Comunicării
Domeniul: Științe ale comunicării
Programul de studiu: Media digitală
Forma de învățământ: cu frecvență
Ciclul de studii: licență
Durata studiilor: 3 ani
Valabil începând cu anul universitar 2026-2027, anul I de studii

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT

180 de credite din disciplinele obligatorii conform planului de învățământ
10 credite la examenul de licență

Universitatea „Ștefan cel Mare” din Suceava
 Facultatea de Litere și Științe ale Comunicării
 Domeniul: Științe ale comunicării
 Programul de studiu: Media digitală
 Forma de învățământ: cu frecvență
 Ciclul de studii: licență
 Durata studiilor: 3 ani
 Valabil începând cu anul universitar 2026-2027, anul I de studiu

Aprobat
 Ședința Senatului
 din data 23.09.2026

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT ANUL I

Nr. crt.	Discipline obligatorii	Cod disciplină USV.FLSC.MD	Sem. 1							Sem. 2						
			C	S	L	P	I*	Formă de	Nr. credite	C	S	L	P	I*	Formă de evaluare	Nr. credite
1	Introducere în științele comunicării	DF.01.01	2	2			69	E	5							
2	Introducere în sistemul mass-media	DF.01.02	2	2			69	E	5							
3	Gândire critică	DF.01.03	1	1			47	C	3							
4	etică și integritate academică	DF.01.04	0,5	0,5			36	V	2							
5	Comunicare și scriere academică	DS.01.05	2	1			58	E	4							
6	Introducere în limbaje Web	DS.01.06	2		2		69	E	5							
7	Echipamente periferice digitale	DS.01.07	1		2		83	C	5							
8	Educație fizică	DC.01.08		1			11	V	1							
9	Introducere în publicitate	DF.02.09								2	2			69	E	5
10	Metode de cercetare în științele sociale	DF.02.10								2	1			83	E	5
11	Argumentare și copywriting	DS.02.11								2	1			58	C	4
12	Marketing	DS.02.12								1	1			72	C	4
13	Multimedia și comunicare audiovizuală	DS.02.13								2		1		58	E	4
14	Sisteme de management de conținut Web	DS.02.14								2		2		44	E	4
15	Educație fizică	DC.02.15									2			22	V	2
Total ore obligatorii pe săptămână			10,5	7,5	4		442	4E+2C+2V	30	11	7	3		406	4E+2C+1V	28
			22								21					

Nr. crt.	Discipline opționale**	Cod disciplină USV.FLSC.MD	Sem. 1							Sem. 2						
			C	S	L	P	I*	Formă de evaluare	Nr. credite	C	S	L	P	I*	Formă de evaluare	Nr. credite
16	Limba engleză 1 în media digitală	DC.02.16														
17	Limba franceză 1 în media digitală	DC.02.17														
18	Limba germană 1 în media digitală	DC.02.18														
19	Limba spaniolă 1 în media digitală	DC.02.19														
20	Limba italiană 1 în media digitală	DC.02.20														
Total ore opționale pe săptămână										2				22	1V	2
											2					

RECAPITULAȚIE

10,5	7,5	4		442	4E+2C+2V	30	11	9	3		428	4E+2C+2V	30
22								23				V	

Nr. crt.	Discipline facultative	Cod disciplină USV.FLSC.MD	Sem. 1							Sem. 2						
			C	S	L	P	I*	Formă de	Nr. credite	C	S	L	P	I*	Formă de evaluare	Nr. credite
21	Cultură și arte vizuale	FLSC.CAVSPA/DS.01.05	1	2			58	E	4							
22	Sociologia comunicării	FLSC.CRP/DS.04.27								2	2			44	E	4
Total ore facultative pe săptămână			1	2			58	1E	4	2	2			44	1E	4
			3								4					

* I sunt ore de studiu individual + evaluare. Formele de evaluare sunt: Examen (E), Colocviu (CV) și Verificare (V).

** Se va activa o disciplină din pachet.

Ordonator de credite,

Prof. univ. dr. Gabriela PRELIPCEAN

Decan,

Prof. univ. dr. Daniela-Viorica PETROȘEL

Director departament,

Prof. univ. dr. Claudia COSTIN

Responsabil program de studii,

Conf. univ. dr. Evelina-Mezalina GRAUR



Universitatea „Ștefan cel Mare” din Suceava
 Facultatea de Litere și Științe ale Comunicării
 Domeniul: Științe ale comunicării
 Programul de studiu: Media digitală
 Forma de învățământ: cu frecvență
 Ciclu de studii: licență
 Durata studiilor: 3 ani
 Valabil începând cu anul universitar 2026-2027, anul I de studiu

Aprobat
 Ședința Senatului
 din data 23.09.2026

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT ANUL II

Nr. crt.	Discipline obligatorii	Cod disciplină USV FLSC.MD	Sem. 3							Sem. 4						
			C	S	L	P	I*	Formă de evaluare	Nr. credite	C	S	L	P	I*	Formă de evaluare	Nr. credite
1	Introducere în relații publice	EF.03.01	2	2			69	E	5							
2	Bazele ilustrației	ES.03.02	2		1		58	C	4							
3	Design de interfețe	ES.03.03	2		2		69	E	5							
4	Producție și editare multimedia (text, grafică, fotografie, audio-video)	ES.03.04	1		1		47	C	3							
5	Sisteme de comunicații digitale	ES.03.05	1		1		47	E	3							
6	Optimizare și marketing în motoarele de căutare (SEO și SEM)	ES.04.06								1		1		72	C	4
7	Analiza datelor digitale și bigdata	ES.04.07								1		1		72	E	4
8	Platforme digitale și inteligență artificială aplicată	ES.04.08								1		1		72	E	4
9	Fotografie	ES.04.09								1		2		58	E	4
10	Practică de specialitate = 91 de ore	ES.04.10											6,5	9	C	4
Total ore obligatorii pe săptămână			8	2	5		290	3E+2C	20	4		5	6,5	283	3E+2C	20
			15							15,5						

Nr. crt.	Discipline opționale***	Cod disciplină USV.FLSC.MD	Sem.3						Sem. 4							
			C	S	L	P	I*	Formă de evaluare	Nr. credite	C	S	L	P	I*	Formă de evaluare	Nr. credite
11	Branding digital	DS.03.11	2	1			58	E	4							
12	Antreprenoriat în media digitală	DS.03.12														
13	Managementul și arhivarea conținutului digital	DS.03.13	1	1			72	V	4							
14	Relații publice în domeniul politic	DS.03.14														
15	Limba engleză 2 în media digitală	EC.03.15		2			22	V	2							
16	Limba franceză 2 în media digitală	EC.03.16														
17	Limba germană 2 în media digitală	EC.03.17														
18	Limba spaniolă 2 în media digitală	EC.03.18														
19	Limba italiană 2 în media digitală	EC.03.19														
20	Tehnica ilustrațiilor pentru produse digitale	DS.04.20								2		2		44	E	4
21	Tehnica ilustrațiilor pentru copii	DS.04.21														
22	Inteligență art-ficială, realitate virtuală și augmentată în producția media	DS.04.22								1	1			72	V	4
23	Social media și produsele sale	DS.04.23														
24	Limba engleză 3 în media digitală	DC.04.24									2			22	V	2
25	Limba franceză 3 în media digitală	DC.04.25														
26	Limba germană 3 în media digitală	DC.04.26														
27	Limba spaniolă 3 în media digitală	DC.04.27														
28	Limba italiană 3 în media digitală	DC.04.28														
Total ore opționale pe săptămână			3	4			152	1E+2V	10	3	3	2		138	1E+2V	10
			7							8						

RECAPITULAȚIE

11	6	5			442	4E+2C+2V	30	7	3	7	6,5	421	4E+2C+2V	30
22								23,5						

Nr. crt.	Discipline facultative	Cod disciplină USV.FLSC.MD	Sem. 3						Sem. 4							
			C	S	L	P	I*	Formă de evaluare	Nr. credite	C	S	L	P	I*	Formă de evaluare	Nr. credite
29	Structuri narative în cinematografie și media	FLSC.CAVSPME.DC.04.17								1	2			8	C	2
	Total ore facultative pe săptămână									3				8	1C	2

*** Disciplinele opționale (18) sunt organizate în 6 pachete, câte trei pachete pe fiecare semestru. Din fiecare pachet semestrial se activează o disciplină.



Ordinator de credite,

Prof. univ. dr. Gabriela PETELICEANU

Decan,

Prof. univ. dr. Daniela-Viorica PETROȘEL

Director departament,

Prof. univ. dr. Claudia COSTIN

Responsabil program de studii,

Conf. univ. dr. Evelina-Mezalina GRAUR

Universitatea „Ștefan cel Mare” din Suceava
 Facultatea de Litere și Științe ale Comunicării
 Domeniul: Științe ale comunicării
 Programul de studiu: Media digitală
 Forma de învățământ: cu frecvență
 Ciclu de studii: licență
 Durata studiilor: 3 ani
 Valabil începând cu anul universitar 2026-2027, anul I de studiu

Aprobat
 Ședința Senatului
 din data 23-09-2026

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT ANUL III

Nr. crt.	Discipline obligatorii	Cod disciplină USV.FLSC.MD	Sem. 5						Sem. 6							
			C	S	L	P	I*	Formă de evaluare	Nr. credite	C	S	L	P	I*	Formă de evaluare	Nr. credite
1	Securitatea informației în mediul online	DS 05.01	1		1		72	E	4							
2	Comunicarea pe dispozitive mobile	DS 05.02	2		1		58	E	4							
3	Producție TV	DS 05.03	2		1		58	C	4							
4	Semiotica discursului mediatic	DC 05.04	2	1			58	E	4							
5	Platforme e-commerce și m-commerce	DS 06.05								2		2		69	E	5
6	Media planning	DS 06.06								1	1			72	C	4
7	Radio, teledurajism și videojurnalism	DS 06.07								2		2		44	E	4
8	Elaborarea lucrării de licență = 56 de ore	DS 06.08											4	19	C	3
Total ore obligatorii pe săptămână			7	1	3		246	3E+1C	16	5	1	4	4	204	2E+2C	16
			11							14						

Nr. crt.	Discipline opționale****	Cod disciplină USV.FLSC.MD	Sem.5.						Sem.6													
			C	S	L	P	I*	Formă de evaluare	Nr. credite	C	S	L	P	I*	Formă de evaluare	Nr. credite						
9	Creație publicitară în mediul online	DS.05.09	2		2		69	C	5													
10	Corporate video	DS.05.10	2		2		69	E	5													
11	Producție media asistată: drone și IA	DS.05.11																				
12	Platforme online pentru audiovizual	DS.05.12	2	1			58	C	4													
13	Identități și coduri culturale în mediul digital	DC.05.13																				
14	Multimodalitatea în discursul digital	DC.05.14																				
15	Protecția proprietății intelectuale	DS.06.15								1	1			72	V	4						
16	Aspecte legale ale producției media	DS.06.16								2		2		69	E	5						
17	Interfețe gestuale pentru aplicații educaționale	DS.06.17																				
18	Interacțiunea în timp real cu mediul virtual	DS.06.18														1	1			97	C	5
19	Postumanism și realitate virtuală	DC.06.19																				
20	Psihologia consumatorului de media digitală	DC.06.20																				
Total ore opționale pe săptămână			6	1	4		196	1E+2C	14	4	2	2		238	1E+1C+1V	14						
			11							8												

RECAPITULAȚIE

13	2	7		442	4E+3C	30	9	3	6	4	442	3E+3C+1V	30
22							22						

Nr. crt.	Discipline facultative	Cod disciplină USV.FLSC.MD	Sem. 5						Sem. 6							
			C	S	L	P	I*	Formă de evaluare	Nr. credite	C	S	L	P	I*	Formă de evaluare	Nr. credite
21	Sisteme Cloud și virtualizare	FIESC.C.S.05.17	2		2		44	V	4							
22	Invenție și design	FIESC.ETI.DS.06.21								2		1		58	V	4
Total ore facultative pe săptămână			2		2		44	IV	4	2		1		58	IV	4
			4							3						

****Disciplinele opționale (12) sunt organizate în 6 pachete, câte trei pachete pe fiecare semestru. Din fiecare pachet semestrial se activează o disciplină.

Ordonator de credite,
Prof. univ. dr. Gabriela PRELIPCEAN

Decan,
Prof. univ. dr. Daniela-Vicrica PETROȘEL

Director departament,
Prof. univ. dr. Claudia COSTIN

Responsabil program de studii,
Conf. univ. dr. Evelina-Mezalina GRAUR



[Signature]

[Signature]

[Signature]

Universitatea „Ștefan cel Mare” din Suceava
 Facultatea de Litere și Științe ale Comunicării
 Domeniul: Științe ale comunicării
 Programul de studii: Media digitală
 Forma de învățământ: cu frecvență
 Ciclu de studii: licență
 Durata studiilor: 3 ani
 Valabil începând cu anul universitar 2026-2027, anul I de studiu

Aprobat
 Ședința Senatului
 din data 23.09.2026

[Signature]

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT

Structura anului universitar	Nr. de săptămâni		Nr. de ore practică de specialitate	Nr. de ore pentru elaborarea lucrării de licență	Nr. de ore fizice/săpt.		Nr. de ore didactice/semestru	Nr. de ore de studiu individual + evaluare/semestru	Nr. de ore pe an universitar pentru 60 credite ECTS
Anul de studii	Sem. 1/3/5	Sem. 2/4/6	Sem. 4	Sem. 6	sem 1	22	308	442	675
I	14	14			sem 2	23	322	428	
II	14	14	91		sem 3	22	308	442	682,5
III	14	14		56	sem 4	23,5	329	421	
					sem 5	22	308	442	660
					sem 6	22	308	442	
TOTAL	84		147		MEDIA	22,42	1883	2617	4500

BILANȚ 1 (după criteriul conținutului disciplinelor)

Tip disciplină	Nr. total de ore/ săpt.						Total ore /sem.	
	Anul I		Anul II		Anul III		Ore	Procent
	curs	aplicații	curs	aplicații	curs	aplicații		
Fundamentale (DF)	9,5	8,5	2	2			308	16,36
De specializare (DS) [cuprinde și practică de specialitate]	12	10	16	21,5	17	19	1337	71,00
Complementare (DC)		5		4	5	3	238	12,64
TOTAL	21,5	23,5	18	27,5	22	22	1883	100,00

BILANȚ 2 (după regimul frecvenței disciplinelor)

Tip disciplină	Nr. total de ore/ săptăm.						Total ore /sem.		Proportia minimă de ore alocate DOP conform ARACIS
	Anul I		Anul II		Anul III		Ore	Procent	
	curs	aplicații	curs	aplicații	curs	aplicații			
Discipline obligatorii (DOB)	21,5	21,5	12	18,5	12	13	1379	73,23	
Discipline opționale (DOP)		2	6	9	10	9	504	26,77	20%
Total DOB +DOP	21,5	23,5	18	27,5	22	22	1883	100,00	
Discipline facultative propuse în program	3	4	1	2	4	3	238	9,58	
Discipline facultative DSPP (inițial, monospecializare)*****							364	14,65	
Total FACULTATIVE							602	24,23	
TOTAL							2485		

BILANȚ RECAPITULATIV

Categorii	Nr. ore	Procent
DOB + DOP	1883	36,91
Studiu individual + evaluare	2617	51,29
Facultative	602	11,80
TOTAL ore program	5102	

Raportul dintre orele de aplicații și orele de curs

Anul de studiu	Curs	Aplicații	Raport pe ani de studiu	Raport pe program
Anul I	21,5	23,5	1,09	1,19
Anul II	18	27,5	1,53	
Anul III	22	22	1,00	
TOTAL	61,5	73		

Forme de evaluare	Nr. forme de evaluare			Total	Procent
	An I	An II	An III	Nr.	
EXAMEN	8	8	7	23	50,00
COLOCVIU	4	4	6	14	30,43
VERIFICARE	4	4	1	9	19,57
TOTAL	16	16	14	46	100,00

*****Modulul de discipline pentru formare psihopedagogică N velul I (inițial, monospecializare cu 364 de ore) este facultativ și se desfășoară pe baza unui plan de învățământ propriu al Departamentului de Specialitate cu Profil Psihopedagogic din cadrul Facultății de Psihologie și Științe ale Educației. La absolvire se acordă Certificat de absolvire a cursurilor Departamentului de Specialitate cu Profil Psihopedagogic (DSPP).



Decan,
 Univ. dr. Gabriela PREȘCĂLĂN

Director departament,
 Prof. univ. dr. Daniela-Viorica PETROȘEL

Responsabil program de studii,
 Conf. univ. dr. Evelina-Mezalina GRAUR

[Signature]

[Signature]

[Signature]

Universitatea „Ștefan cel Mare” din Suceava
 Facultatea de Litere și Științe ale Comunicării
 Domeniul: Științe ale comunicării
 Programul de studiu: Media digitală
 Forma de învățământ: cu frecvență
 Ciclul de studii: licență
 Durata studiilor: 3 ani
 Valabil începând cu anul universitar 2026-2027, anul I de studiu

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT COMPETENȚE

Competențe cheie

Competențe digitale

CP8 - utilizează software pentru sistemele de gestionare de conținut

CP13 - utilizează interfețe specifice aplicațiilor

CP17 - utilizează tehnici de ilustrare digitale

Competențe profesionale		Competențe transversale
Fundamentale	De specializare	
CP1 - dezvoltă strategii de comunicare; utilizează tehnici de comunicare	CP2 - dezvoltă planul pentru comunitatea online	CT1 - respectă angajamente
CP3 - conștientizează dimensiunea interculturală	CP4 - monitorizează comportamentul consumatorilor	CT2 - gândește în mod creativ
CP6 - gestionează procese de lucru	CP5 - efectuează cercetare de piață	CT3 - construiește spirit de echipă
CP14 - asigură conformitatea cu cerințele legale	CP7 - transpune conceptele cerințelor în conținut	CT4 - evaluează în mod critic informațiile și sursele acestora
CP12 - integrează conținutul în mediile de ieșire	CP9 - efectuează analiza datelor online	CT5 - aplică măsuri de securitate digitală
	CP10 - gestionează proiecte de dezvoltare de conținut	CT6 - își asumă responsabilitatea
	CP11 - aplică strategii de marketing aferent platformelor de comunicare socială	
	CP15 - realizează optimizarea motorului de căutare	
	CP16 - editează imagini animate digitale	
	CP18 - proiectează grafică computerizată	

Aprobat
 Ședința Senatului
 din data 23-09-2026

Ordonator de credite,
 Prof. univ. dr. Gabriela PETROȘEL

Decan,
 Prof. univ. dr. Daniela-Viorica PETROȘEL

Director departament,
 Prof. univ. dr. Claudia COSTIN

Responsabil program de studii,
 Conf. univ. dr. Evelina-Mezalina GRAUR



[Signature]

[Signature]

[Signature]

Aprobat
Sediņa Senatului
din data 23.09.2026

Grila Competențelor

[Signature]

[Signature]

	Inteligență artificială, realitate virtuală și augmentată în producția media							1			1			1										1			4
31	Social media și produsele sale											1										1					
32	Limba engleză 3 în media digitală	1		0.5																			0.5			2	
	Limba franceză 3 în media digitală																										
	Limba germană 3 în media digitală																										
	Limba spaniolă 3 în media digitală																										
	Limba italiană 3 în media digitală																										
33	Securitatea informației în mediul online						1									1								2		4	
34	Comunicarea pe dispozitive mobile							1					1	1											1		4
35	Producție TV						1						1	1													4
36	Semiotica discursului mediatice	1			1				1														1				4
37	Platforme e-commerce și m-commerce							1	1			1					1								1		5
38	Media planning				1	1						1										1					4
39	Radio, teledjurnalism și videojurnalism	1									1			1	1												4
40	Practică de cercetare pentru elaborarea lucrării de licență = 56 ore						1	1											1								3
41	Creație publicitară în mediul online						1	1					1	1						1							5
	Corporate video																										
42	Producție media asistată, drone și IA						1				1			2	1												5
	Platforme online pentru audiovizual																										
43	Identități și coduri culturale în mediul digital				1	1																	2				4
	Multimodalitatea în discursul digital																										
44	Protecția proprietății intelectuale																4										4
	Aspecte legale ale producției media																										
45	Interfețe gestuale pentru aplicații educaționale												2	2						1							5
	Interacțiunea în timp real cu mediul virtual																										
46	Postumanism și realitate virtuală																										
	Simularea consumatorului de media digitală				2	1																	2				5
TOTAL CREDITE		11	6	8.5	6.5	6.5	13	9	11	4.5	9	6	16.5	16	4	4	1	4	1.5	5	10.5	4	13	9.5	3	130	

ORDONATOR DE CREDITE,
Prof. univ. dr. Gabriela PRELIPCEAN

DECAN,
Prof. univ. dr. Daniela-Viorica PETROSEL

DIRECTOR DEPARTAMENT,
Prof. univ. dr. Claudia COSTIN

RESPONSABIL PROGRAM DE STUDII,
Conf. univ. dr. Evelina-Mezalina GRAUR

Aprobat
Sedința Senatului
din data 23-09-2026

Universitatea „Ștefan cel Mare” din Suceava
 Facultatea: Litere și Științe ale Comunicării
 Domeniul: Științe ale comunicării
 Programul de studiu: *Media digitală*
 Forma de învățământ: cu frecvență
 Ciclul de studii: licență
 Durata studiilor: 3 ani
 Valabil începând cu anul universitar 2026-2027, anul I de studiu

Aprobat
 Secția Senatului
 din data 23.09.2026

REZULTATELE ÎNVĂȚĂRII

Nr. crt.	CUNOȘTIINȚE	APTITUDINI	RESPONSABILITATE ȘI AUTONOMIE	DISCIPLINA
1	Studentul/Absolventul: C.1.1. identifică principalele arii de cercetare în științe ale comunicării - comunicatori, structuri instituționale, organizații, conținut, canal, public/audiență, efecte; C.2.1. identifică principalele teorii, modele și elemente ale comunicării directe și mediate tehnologic, în contextul comunicării de masă și comunicării mediate de computer; C.2.2. identifică concepte referitoare la public și audiența mass-media, metode de	Studentul/Absolventul: A.2.1. selectează modelele care explică o situație de comunicare în contextul unei probleme profesionale; A.2.3. adaptează mesaje la diverse situații și categorii sau segmente de public în contextul comunicării profesionale.	Studentul/Absolventul: R.2.2. utilizează modelele de comunicare, teorii media și indicatori de audiență pentru a proiecta, adapta sau evalua planuri media.	Introducere în științele comunicării
2	Studentul/Absolventul: C.2.1. identifică principalele teorii, modele și elemente ale comunicării directe și mediate tehnologic, în contextul comunicării de masă și comunicării mediate de computer; C.2.2. 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. identifică structurile de proprietate, mecanismele de control, modele de	Studentul/Absolventul: A.2.3. adaptează mesaje la diverse situații și categorii sau segmente de public în contextul comunicării profesionale.	Studentul/Absolventul: R.2.1. evaluează caracteristicile reprezentării în mass-media și platformele digitale a unei teme, unei persoane, unui grup sau unei categorii sociale; R.2.2. 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	Introducere în sistemul mass-media
3	Studentul/Absolventul: C.4.1. 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. diferențiază între probleme sau formulări descriptive și probleme sau formulări prescriptive în contextul evaluării afirmațiilor în comunicarea profesională	Studentul/Absolventul: A.4.1. aplică procese pentru verificarea unor informații în contextul comunicării profesionale; A.4.3. 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; A.4.4. interpretează valorile și mesaje ideologice și culturale încorporate în	Studentul/Absolventul: R.4.2. evaluează sursele informațiilor și corectitudinea informațiilor receptate; R.4.3. 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 mesaje publice ale persoanele de pe rețelele de socializare / platformele digitale cele mai utilizate în contextul său	Gândire critică
4	Studentul/Absolventul: C.5.1. identifică modele utilizate pentru luarea deciziilor etice sau raționamente morale în problemele din domeniul comunicării;	Studentul/Absolventul: A.1.2. aplică metode de colectare a datelor, respectând norme de etică a cercetării și prevederile legale în vigoare; A.5.1. 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 modulul de organizare a profesiei în probleme din domeniul comunicării, în crearea și distribuirea conținutului pe canale media publice și private;	Studentul/Absolventul: R.5.1. 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 academică

Nr. crt.	CUNOȘTINȚE	APTITUDINI	RESPONSABILITATE ȘI AUTONOMIE	DISCIPLINA
5	Studentul/Absolventul: C.3.2. indică norme gramaticale care reglementează formularea de enunțuri, expresii și ortografierea cuvintelor; C.3.3. identifică tehnici de redactare sau structurarea a conținutului (narrative, descriptive, expozitive, 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; C.4.1. 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. diferențiază între probleme sau formulări descriptive și probleme sau formulări prescriptive în contextul evaluării afirmațiilor în comunicarea profesională.	Studentul/Absolventul: A.2.3. adaptează mesajele la diverse situații și categorii sau segmente de public în contextul comunicării profesionale. A.3.2. aplică norme de ortografie și gramatică care reglementează formularea de enunțuri sau expresii și ortografierea cuvintelor, asigurând coerența și claritatea în textele redactate sau editate în contexte profesionale; A.4.1. aplică procese pentru verificarea unor informații în contextul comunicării profesionale.	Studentul/Absolventul: R.3.1. produce un conținut sau produs media în vederea difuzării/publicării pe unul sau mai multe canale sau platforme, utilizând media (text, fotografie, audio, video) separat sau în conjuncție în contextul realizării unui proiect profesional; R.3.2. redactează și editează texte originale de natură creativă, jurnalistice, promoționale, publicitare, de promovare instituțională, funcționale, tehnice sau academice. R.6.2. 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).	Comunicare și scriere academică
6	Studentul/Absolventul: C.3.4. distinge caracteristicile și funcționarea programelor software pentru sarcini de birou, cum ar fi prelucrarea textului, foi de calcul, prezentări, e-mail și baze de date, sisteme de gestiune de conținut, programe destinate editării, structurării conținutului destinat publicării sau difuzării.	A Studentul/Absolventul: A.3.1. 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; A.3.4. utilizează aplicații software pentru compunerea, editarea, formatarea oricărui tip de material scris sau compunerea și editarea de materiale audiovizuale. A.7.1. utilizează instrumente online pentru a comunica și partaja resurse în medii digitale; A.7.4. gestionează sisteme pentru stocarea, selectarea, organizarea, recuperarea, distribuirea și salvarea informațiilor și datelor în contexte profesionale; A.7.5. utilizează instrumente digitale pentru organizarea, colectarea, stocarea, extragerea, arhivarea și prelucrarea datelor, informațiilor și conținutului digital.	Studentul/Absolventul: R.2.1. evaluează caracteristicile reprezentării în mass-media și platformele digitale a unei teme, unei persoane, unui grup sau unei categorii sociale; R.3.1. produce un conținut sau produs media în vederea difuzării/publicării pe unul sau mai multe canale sau platforme, utilizând media (text, fotografie, audio, video) separat sau în conjuncție în contextul realizării unui proiect profesional; R.7.3. colaborează cu alte persoane în cadrul unor echipe pentru a rezolva probleme profesionale specifice; R.7.4. planifică/și asumă și respectă termene strânse pentru a realiza sarcini sau proiecte profesionale.	Introducere în limbaje Web
7	Studentul/Absolventul: C.2.1. identifică principalele teorii, modele și elemente ale comunicării directe și mediate tehnologic, în contextul comunicării de masă și comunicării mediate de computer; C.3.1. 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;	Studentul/Absolventul: A.3.1. aplică practici de producție potrivite pentru diferite tipuri de conținuturi și moduri. A.7.4. gestionează sisteme pentru stocarea, selectarea, organizarea, recuperarea, distribuirea și salvarea informațiilor și datelor în contexte profesionale; A.7.5. utilizează instrumente digitale pentru organizarea, colectarea, stocarea, extragerea, arhivarea și prelucrarea datelor, informațiilor și conținutului digital.	Studentul/Absolventul: R.2.2. utilizează modelele de comunicare, teorii media și indicatori de audiență pentru a proiecta, adapta sau evalua planuri media. R.3.1. produce un conținut sau produs media în vederea difuzării/publicării pe unul sau mai multe canale sau platforme, utilizând media (text, fotografie, audio, video) separat sau în conjuncție în contextul realizării unui proiect profesional; R.7.1. inițiază legături cu alte persoane și colaborează cu acestea direct sau prin intermediul instrumentelor digitale; R.7.2. gestionează evidența persoanelor din rețeaua profesională proprie și rămâne informat/ă cu privire la activitățile lor; R.7.3. colaborează cu alte persoane în cadrul unor echipe pentru a rezolva probleme profesionale specifice.	Echipamente periferice digitale

Aprobat
 Ședința Senatului
 din data 23.09.2026



Nr. crt.	CUNOȘTINȚE	APTITUDINI	RESPONSABILITATE ȘI AUTONOMIE	DISCIPLINA
8	Studentul/Absolventul: C.2.1. identifică principalele teorii, modele și elemente ale comunicării directe și mediate tehnologic, în contextul comunicării de masă și comunicării mediate de computer; C.2.2. identifică concepte referitoare la public și audiența mass-media, metode de măsurare, precum și indicatori de audiență specifici canalului tehnologic de comunicare mediatică; C.2.4. 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; C.3.1. 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;	Studentul/Absolventul: A.2.1. selectează modelele care explică o situație de comunicare în contextul unei probleme profesionale; A.2.2. analizează caracteristicile, nevoile și așteptările publicului-țintă utilizând modele, grile, teste, proceduri și aplicații software adecvate în contextul comunicării publice profesionale; A.2.3. adaptează mesajele la diverse situații și categorii sau segmente de public în contextul comunicării profesionale; A.3.1. 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; A.4.4. interpretează valorile și mesajele ideologice și culturale încorporate în produsele media.	Studentul/Absolventul: R.2.3. analizează critic pluralitatea de interpretări date și de opinii formulate în contextul reprezentării media a subiectelor și evenimentelor curente. R.4.1. elaborează o analiză media sau o monitorizare media în raport cu un subiect, o temă, o persoană publică, o organizație sau o marcă; R.6.1. aplică principii și metodologii specifice domeniului pentru a realiza cercetări ale opiniei publice în raport cu un subiect, o persoană publică, o organizație, o marcă (brand); R.7.5. demonstrează sensibilitate interculturală participând în comunități și rețele diferite.	Introducere în publicitate
9	Studentul/Absolventul: C.1.1. identifică principalele arii de cercetare în științe ale comunicării - comunicatori, structuri instituționale, organizații, conținut, canal, public/audiențe, efecte; C.1.2. 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, prezentarea rezultatelor și formularea de concluzii în raport cu nivelul cunoașterii existente; C.1.3. diferențiază între principalele abordări metodologice în domeniul științe ale comunicării - metode cantitative, metode calitative, abordări retorice, discursive și mixte; C.2.2. identifică concepte referitoare la public și audiența mass-media, metode de măsurare, precum și indicatori de audiență specifici canalului tehnologic de comunicare mediatică; C.4.1. 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.;	Studentul/Absolventul: A.1.1. redactează un plan de cercetare pe un subiect din domeniul științe ale comunicării; A.1.2. aplică metode de colectare a datelor, respectând norme de etică a cercetării și prevederile legale în vigoare; A.1.3. aplică metode de cercetare adecvate temei și subiectului de cercetare; A.1.4. interpretează rezultatele cercetării în scris și prin grafice, diagrame, tabele; A.1.5. discută limitele cercetărilor, evaluând critic gradul de generalizare a concluziilor și propune strategii pentru adâncirea/verificarea suplimentară a acestora. A.6.1. evaluează percepția publică, participă în rețele profesionale și inițiază conversații în raport cu o persoană publică, o organizație sau o marcă (brand). A.7.5. utilizează instrumente digitale pentru organizarea, colectarea, stocarea, extragerea, arhivarea și prelucrarea datelor, informațiilor și conținutului digital.	Studentul/Absolventul: R.1.1. elaborează proiecte de cercetare și intervenție în domeniul științe ale comunicării; R.1.2. raportează rezultate statistice și concluzii în fața unui public într-un mod clar, transparent și simplu; R.6.1. aplică principii și metodologii specifice domeniului pentru a realiza cercetări ale opiniei publice în raport cu un subiect, o persoană publică, o organizație, o marcă (brand);	Metode de cercetare în științele sociale
10	Studentul/Absolventul: C.3.3. identifică tehnici de redactare sau structurarea a conținutului (narative, descriptive, expozitive, 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; C.4.2. diferențiază între probleme sau formulări descriptive și probleme sau formulări prescriptive în contextul evaluării afirmațiilor în comunicarea profesională; C.4.3. 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.	Studentul/Absolventul: A.2.3. adaptează mesajele la diverse situații și categorii sau segmente de public în contextul comunicării profesionale; A.3.3. aplică principii de retorică sau compunere a mesajelor ce vizează îmbunătățirea capacității scriitorilor și vorbitorilor de a informa, convinge sau motiva publicul; A.4.2. descoperă erori în argumentație, cadrele sau scheme de interpretare distincte oferite de diferite surse în contextul comunicării profesionale; A.4.4. interpretează valorile și mesajele ideologice și culturale încorporate în produsele media.	Studentul/Absolventul: R.3.2. redactează și editează texte originale de natură creativă, jurnalistice, promoționale, publicitare, de promovare instituțională, funcționale, tehnice sau academice.	Argumentare și copywriting
11	Studentul/Absolventul: recunoaște conținutul și relevanța conceptelor de marketing și a modului de utilizare integrată a acestora, incluzând mediul de marketing, cercetarea pieței, funcțiile marketingului, strategiile de produs, de preț, de promovare și de distribuție, în context organizațional; identifică și diferențiază elementele detaliate și specifice legate de conceptele și instrumentele asociate domeniului marketing și demonstrează capacitatea de utilizare a acestora.	Studentul/Absolventul: utilizează abordarea integrată a cadrului conceptual și metodologic, pentru a rezolva probleme teoretice și practice noi; elaborează decizii de marketing fundamentate științifice;	Studentul/Absolventul: manifestă o atitudine proactivă și responsabilă în fundamentarea științifică și adoptarea deciziilor în probleme de marketing	Marketing


 Aprobat
 Ședința Senatului
 din data 23.09.2026

Nr. crt.	CUNOȘTINȚE	APTITUDINI	RESPONSABILITATE ȘI AUTONOMIE	DISCIPLINA
12	Studentul/Absolventul: C.3.1. 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; C.3.4. distinge caracteristicile și funcționarea programelor software pentru sarcini de birou, cum ar fi prelucrarea textului, foi de calcul, prezentări, e-mail și baze de date, sisteme de gestiune de conținut, programe destinate editării, structurării conținutului destinat publicării sau difuzării.	Studentul/Absolventul: A.2.3. adaptează mesaje la diverse situații și categorii sau segmente de public în contextul comunicării profesionale; A.3.1. 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; A.3.4. utilizează aplicații software pentru compunerea, editarea, formatarea oricărui tip de material scris sau compunerea și editarea de materiale audiovizuale; A.7.1. utilizează instrumente online pentru a comunica și partaja resurse în medii digitale; A.7.5. utilizează instrumente digitale pentru organizarea, colectarea, stocarea, extragerea, arhivarea și prelucrarea datelor, informațiilor și conținutului digital.	Studentul/Absolventul: R.2.2. utilizează modelele de comunicare, teorii media și indicatori de audiență pentru a proiecta, adapta sau evalua planuri media; R.3.1. produce un conținut sau produs media în vederea difuzării/publicării pe unul sau mai multe canale sau platforme, utilizând media (text, fotografie, audio, video) separat sau în conjuncție în contextul realizării unui proiect profesional; R.4.1. elaborează o analiză media sau o monitorizare media în raport cu un subiect, o temă, o persoană publică, o organizație sau o marcă; R.7.1. inițiază legături cu alte persoane și colaborează cu acestea direct sau prin intermediul instrumentelor digitale.	Multimedia și comunicare audiovizuală
13	Studentul/Absolventul: C.3.1. 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; C.3.4. distinge caracteristicile și funcționarea programelor software pentru sarcini de birou, cum ar fi prelucrarea textului, foi de calcul, prezentări, e-mail și baze de date, sisteme de gestiune de conținut, programe destinate editării, structurării conținutului destinat publicării sau difuzării.	Studentul/Absolventul: A.3.1. 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; A.3.4. utilizează aplicații software pentru compunerea, editarea, formatarea oricărui tip de material scris sau compunerea și editarea de materiale audiovizuale; A.7.1. utilizează instrumente online pentru a comunica și partaja resurse în medii digitale; A.7.4. gestionează sisteme pentru stocarea, selectarea, organizarea, recuperarea, distribuirea și salvarea informațiilor și datelor în contexte profesionale; A.7.5. utilizează instrumente digitale pentru organizarea, colectarea, stocarea, extragerea, arhivarea și prelucrarea datelor, informațiilor și conținutului digital.	Studentul/Absolventul: R.2.1. evaluează caracteristicile reprezentării în mass-media și platformele digitale a unei teme, unei persoane, unui grup sau unei categorii sociale; R.3.1. produce un conținut sau produs media în vederea difuzării/publicării pe unul sau mai multe canale sau platforme, utilizând media (text, fotografie, audio, video) separat sau în conjuncție în contextul realizării unui proiect profesional; R.7.3. colaborează cu alte persoane în cadrul unor echipe pentru a rezolva probleme profesionale specifice; R.7.4. planifică/își asumă și respectă termene strânse pentru a realiza sarcini sau proiecte profesionale;	Sisteme de management de conținut Web
14	Studentul/Absolventul: identifică și explică principiile fundamentale ale unui stil de viață sănătos; recunoaște beneficiile activității fizice regulate; identifică riscurile și măsurile de siguranță în activitatea sportivă; înțelege rolul comunicării nonverbal în contextul sportiv.	Studentul/Absolventul: analizează și înțelege dezvoltarea fizică și motrică a individului; selectează exerciții fizice în funcție de finalitatea acestora.	Studentul/Absolventul: participă activ la jocuri și activități de grup, contribuind la atingerea obiectivelor comune, respectând reguli sportive; acționează în spiritul fair play-ului, respectând adversarii și deciziile conducătorilor de joc.	Educație fizică

Aprobat
 Ședința Senatului
 din data 23.09.2026



Nr. crt.	CUNOȘTINȚE	APTITUDINI	RESPONSABILITATE ȘI AUTONOMIE	DISCIPLINA
15	Studentul/Absolventul: C.6.1. identifică principiile relațiilor publice și managementului reputației și factorii de influență asupra percepțiilor părților interesate sau asupra categoriilor de public în raport cu o organizație, cu marca (brandul) acesteia sau în raport cu o persoană; C.6.2. diferențiază între strategiile și design-urile 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 etc.).	Studentul/Absolventul: A.2.3. adaptează mesajele la diverse situații și categorii sau segmente de public în contextul comunicării profesionale; A.5.1. 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 modulul de organizare a profesiei în probleme din domeniul comunicării, în crearea și distribuirea conținutului pe canale media publice și private; A.6.1. evaluează percepția publică, participă în rețele profesionale și inițiază conversații în raport cu o persoană publică, o organizație sau o marcă (brand). A.7.2. selectează subiecte comune cu alte persoane pentru facilitarea comunicării în context profesional; A.7.3. Utilizează persoanele de contact pentru obținerea de informații sau avantaje reciproce în context profesional;	Studentul/Absolventul: R.6.1. aplică principii și metodologii specifice domeniului pentru a realiza cercetări ale opiniei publice în raport cu un subiect, o persoană publică, o organizație, o marcă (brand); R.6.2. 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); R.7.2. gestionează evidența persoanelor din rețeaua profesională proprie și rămâne informat/ă cu privire la activitățile lor; R.7.4. planifică/și asumă și respectă termene strânse pentru a realiza sarcini sau proiecte profesionale; R.7.5. Demonstrează sensibilitate interculturală participând în comunități și rețele diferite.	Introducere în relații publice
16	Studentul/Absolventul: C.3.1. 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; C.3.4. distinge caracteristicile și funcționarea programelor software pentru sarcini de birou, cum ar fi prelucrarea textului, foi de calcul, prezentări, e-mail și baze de date, sisteme de gestiune de conținut, programe destinate editării, structurării conținutului destinat publicării sau difuzării.	Studentul/Absolventul: A.2.2. analizează caracteristicile, nevoile și așteptările publicului-țintă utilizând modele, grile, teste, proceduri și aplicații software adecvate în contextul comunicării publice profesionale; A.3.1. 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; A.3.4. utilizează aplicații software pentru compunerea, editarea, formatarea oricărui tip de material scris sau compunerea și editarea de materiale audiovizuale; A.4.4. interpretează valorile și mesajele ideologice și culturale încorporate în produsele media; A.7.1. utilizează instrumente online pentru a comunica și partaja resurse în medii digitale; A.7.5. utilizează instrumente digitale pentru organizarea, colectarea, stocarea, extragerea, arhivarea și prelucrarea datelor, informațiilor și conținutului digital.	Studentul/Absolventul: R.2.1. evaluează caracteristicile reprezentării în mass-media și platformele digitale a unei teme, unei persoane, unui grup sau unei categorii sociale; R.3.1. produce un conținut sau produs media în vederea difuzării/publicării pe unul sau mai multe canale sau platforme, utilizând media (text, fotografie, audio, video) separat sau în conjuncție în contextul realizării unui proiect profesional; R.7.3. colaborează cu alte persoane în cadrul unor echipe pentru a rezolva probleme profesionale specifice.	Bazele ilustrației
17	Studentul/Absolventul: C.3.1. 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; C.3.4. distinge caracteristicile și funcționarea programelor software pentru sarcini de birou, cum ar fi prelucrarea textului, foi de calcul, prezentări, e-mail și baze de date, sisteme de gestiune de conținut, programe destinate editării, structurării conținutului destinat publicării sau difuzării.	Studentul/Absolventul: A.2.2. analizează caracteristicile, nevoile și așteptările publicului-țintă utilizând modele, grile, teste, proceduri și aplicații software adecvate în contextul comunicării publice profesionale; A.3.4. utilizează aplicații software pentru compunerea, editarea, formatarea oricărui tip de material scris sau compunerea și editarea de materiale audiovizuale; A.7.1. utilizează instrumente online pentru a comunica și partaja resurse în medii digitale; A.7.5. utilizează instrumente digitale pentru organizarea, colectarea, stocarea, extragerea, arhivarea și prelucrarea datelor, informațiilor și conținutului digital.	Studentul/Absolventul: R.2.1. evaluează caracteristicile reprezentării în mass-media și platformele digitale a unei teme, unei persoane, unui grup sau unei categorii sociale; R.3.1. produce un conținut sau produs media în vederea difuzării/publicării pe unul sau mai multe canale sau platforme, utilizând media (text, fotografie, audio, video) separat sau în conjuncție în contextul realizării unui proiect profesional; R.7.3. colaborează cu alte persoane în cadrul unor echipe pentru a rezolva probleme profesionale specifice; R.7.4. planifică/și asumă și respectă termene strânse pentru a realiza sarcini sau proiecte profesionale.	Design de interfețe
18	Studentul/Absolventul: C.3.1. 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.	Studentul/Absolventul: A.3.1. 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; A.3.4. utilizează aplicații software pentru compunerea, editarea, formatarea oricărui tip de material scris sau compunerea și editarea de materiale audiovizuale.	Studentul/Absolventul: R.3.1. produce un conținut sau produs media în vederea difuzării/publicării pe unul sau mai multe canale sau platforme, utilizând media (text, fotografie, audio, video) separat sau în conjuncție în contextul realizării unui proiect profesional. R.7.3. colaborează cu alte persoane în cadrul unor echipe pentru a rezolva probleme profesionale specifice; R.7.4. planifică/și asumă și respectă termene strânse pentru a realiza sarcini sau proiecte profesionale.	Producție și editare multimedia (text, grafică, fotografie, audio-video)

Aprobat
 Ședința Senatului
 din data 23.09.2026
[Signature]

Nr. crt.	CUNOȘTINȚE	APTITUDINI	RESPONSABILITATE ȘI AUTONOMIE	DISCIPLINA
19	Studentul/Absolventul: C.2.1. identifică principalele teorii, modele și elemente ale comunicării directe și mediate tehnologic, în contextul comunicării de masă și comunicării mediate de computer; C.3.1. 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;	Studentul/Absolventul: A.2.1. selectează modelele care explică o situație de comunicare în contextul unei probleme profesionale; A.3.1. aplică practici de producție potrivite pentru diferite tipuri de conținuturi și moduri. A.7.4. gestionează sisteme pentru stocarea, selectarea, organizarea, recuperarea, distribuirea și salvarea informațiilor și datelor în contexte profesionale; A.7.5. utilizează instrumente digitale pentru organizarea, colectarea, stocarea, extragerea, arhivarea și prelucrarea datelor, informațiilor și conținutului digital.	Studentul/Absolventul: R.2.2. utilizează modelele de comunicare, teorii media și indicatori de audiență pentru a proiecta, adapta sau evalua planuri media. R.3.1. produce un conținut sau produs media în vederea difuzării/publicării pe unul sau mai multe canale sau platforme, utilizând media (text, fotografie, audio, video) separat sau în conjuncție în contextul realizării unui proiect profesional; R.7.1. inițiază legături cu alte persoane și colaborează cu acestea direct sau prin intermediul instrumentelor digitale; R.7.2. gestionează evidența persoanelor din rețeaua profesională proprie și rămâne informat/ă cu privire la activitățile lor; R.7.3. colaborează cu alte persoane în cadrul unor echipe pentru a rezolva probleme profesionale specifice.	Sisteme de comunicații digitale
20	Studentul/Absolventul: C.5.2. identifică normele profesionale în raport cu rolul asumat în comunicarea publică; C.5.3. identifică legislația privind comunicarea publică în mass-media, legislația presei, reglementările aplicabile comunicării audio-vizuale, legislația privind drepturile de autor, legislația privind comunicarea publică și privată pe platformele digitale, elemente de legislație în domeniul protecției datelor cu caracter personal.	Studentul/Absolventul: A.4.1. aplică procese pentru verificarea unor informații în contextul comunicării profesionale; A.5.2. evaluează respectarea legislației naționale și europene privind liberul acces la informație, proprietatea intelectuală, drepturile de autor, copyright-ul etc. în procesul comunicării profesionale și în activitățile de informare -documentare.	Studentul/Absolventul: R.5.1. 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.	Optimizare și marketing în motoarele de căutare (SEO și SEM)
21	Studentul/Absolventul: C.3.1. 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; C.3.4. distinge caracteristicile și funcționarea programelor software pentru sarcini de birou, cum ar fi prelucrarea textului, foi de calcul, prezentări, e-mail și baze de date, sisteme de gestiune de conținut, programe destinate editării, structurării conținutului destinat publicării sau difuzării. C.4.1. 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.	Studentul/Absolventul: A.3.4. utilizează aplicații software pentru compunerea, editarea, formatarea oricărui tip de material scris sau compunerea și editarea de materiale audiovizuale. A.7.1. Utilizează instrumente online pentru a comunica și partaja resurse în medii digitale; A.7.4. Gestionează sisteme pentru stocarea, selectarea, organizarea, recuperarea, distribuirea și salvarea informațiilor și datelor în contexte profesionale; A.7.5. Utilizează instrumente digitale pentru organizarea, colectarea, stocarea, extragerea, arhivarea și prelucrarea datelor, informațiilor și conținutului digital.	Studentul/Absolventul: R.1.2. raportează rezultate, statistici și concluzii în fața unui public într-un mod clar, transparent și simplu. R.2.1. evaluează caracteristicile reprezentării în mass-media și platformele digitale a unei teme, unei persoane, unui grup sau unei categorii sociale; R.3.1. produce un conținut sau produs media în vederea difuzării/publicării pe unul sau mai multe canale sau platforme, utilizând media (text, fotografie, audio, video) separat sau în conjuncție în contextul realizării unui proiect profesional; R.7.3. Colaborează cu alte persoane în cadrul unor echipe pentru a rezolva probleme profesionale specifice; R.7.4. Planifică/și asumă și respectă termene strânse pentru a realiza sarcini sau proiecte profesionale.	Analiza datelor digitale și bigdata
22	Studentul/Absolventul: diferențiază principalele tipuri de platforme digitale și instrumente de IA, înțelegând rolul lor în automatizarea proceselor; înțelege modul în care algoritmi colectează și procesează datele pentru a genera text, imagini sau decizii; cunoaște regulile etice de bază, riscurile legate de drepturile de autor și protecția datelor în utilizarea IA.	Studentul/Absolventul: utilizează instrumente de IA aplicată (ex: generatoare de text, imagini sau analiză de date) pentru rezolvarea unor sarcini simple de lucru; aplică tehnici de bază de formulare a cererilor (prompt engineering) pentru a obține rezultate precise de la sistemele de IA; integrează funcționalități digitale elementare în proiecte individuale sau de grup, urmând instrucțiunile primite.	Studentul/Absolventul: execută sarcini specifice în cadrul unor proiecte digitale, respectând cerințele primite și termenele limită; verifică corectitudinea rezultatelor oferite de IA înainte de a le folosi, asumându-și responsabilitatea pentru conținutul final; urmărește evoluția noilor platforme digitale, arătând deschidere și inițiativă în învățarea unor noi instrumente software.	Platforme digitale și inteligență artificială aplicată
23	Studentul/ Absolventul: înțelege regulile de bază ale expunerii (lumină, focalizare) și funcțiile principale ale unei camere sau ale unui smartphone; cunoaște tehnicile elementare de compoziție vizuală pentru realizarea unui cadru corect; identifică diferențele dintre principalele genuri fotografice (jurnalistic, portret,	Studentul/ Absolventul: setează echipamentul foto (sau telefonul) pentru a obține imagini clare și bine luminate; încadrează corect subiectul, aplicând regulile de compoziție învățate; editează fotografiile (ajustare de luminozitate, contrast și decupare) în aplicații accesibile.	Studentul/ Absolventul: realizează independent esuri sau serii scurte de fotografii pe o temă dată; respectă normele etice și de drepturi de autor privind fotografierea persoanelor și utilizarea imaginilor; selectează critic propriile fotografii, reținând doar cadrele reușite din	Fotografie

Aprobat
Sedința Senatului
din data 23.09.2026

Nr. crt.	CUNOȘTINȚE	APTITUDINI	RESPONSABILITATE ȘI AUTONOMIE	DISCIPLINA
24	Studentul/Absolventul: - identifică structuri lexico-gramaticale și particularități stilistice specifice tipurilor de texte și discursurilor din domeniul științelor comunicării; - identifică și aplică convențiile de limbaj și de format specifice diferitelor genuri de texte utilizate în relațiile publice și media în limba engleză/ franceză/ germană/ spaniolă/ italiană; - identifică nuanțele de sens și implicațiile culturale ale expresiilor idiomatice și jargonului specific limbii engleze/ franceze/germane/ spaniole/ italiene în contexte de business și media; - recunoaște diferențele culturale și lingvistice relevante pentru comunicarea globală, aplicând aceste cunoștințe în interpretarea mesajelor în limba engleză/ franceză/germană/ spaniolă/ italiană; - explică concepte și termeni specifici domeniului, demonstrând o înțelegere aprofundată a vocabularului de specialitate.	Studentul/Absolventul: - corectează erori gramaticale comune în textele de comunicare în limba engleză/ franceză/ germană/ spaniolă/ italiană, asigurând acuratețea lingvistică; - elaborează mesaje clare, concise și persuasive în limba engleză/ franceză/ germană/ spaniolă/ italiană, adaptate audienței și scopului comunicării; - redactează documente de candidatură (CV-uri, scrisori de intenție) convingătoare în limba engleză/ franceză/ germană/ spaniolă/ italiană, adaptând conținutul și formatul la cerințele pieței muncii internaționale și la specificul fiecărui dosar de candidatură; - sintetizează informații din multiple surse în limba engleză/ franceză/ germană/ spaniolă/ italiană, creând rezumate concise și relevante pentru diferite scopuri; - traduce cu acuratețe și fidelitate semantică texte și mesaje complexe specifice domeniului comunicării și relațiilor publice; - interpretează critic informații din diverse surse în limba engleză/ franceză/ germană/ spaniolă/ italiană, făcând diferența dintre fapte, opinii și potențiale distorsiuni; - negociază și argumentează convingător în limba engleză/ franceză/ germană/ spaniolă	Studentul/Absolventul: - gestionează proiecte de comunicare care implică utilizarea limbii engleze/ franceze/germane/ spaniole/ italiene, demonstrând inițiativă și respectarea termenelor; - demonstrează flexibilitate și adaptabilitate în utilizarea limbii engleze/ franceze/germane/ spaniole/ italiene în situații de comunicare neprevăzute sau complexe; - utilizează în mod etic și responsabil informațiile și resursele în limba engleză/ franceză/ germană/ spaniolă/ italiană, respectând drepturile de autor și normele de bună conduită online; - evaluează critic și editează traducerile generate de inteligența artificială pentru texte specifice domeniului comunicării și relațiilor publice.	Limba engleză 1/2/3 în media digitală Limba franceză 1/2/3 în media digitală Limba germană 1/2/3 în media digitală Limba spaniolă 1/2/3 în media digitală Limba italiană 1/2/3 în media digitală
25	Studentul/Absolventul: C.4.2. diferențiază între probleme sau formulări descriptive și probleme sau formulări prescriptive în contextul evaluării afirmațiilor în comunicarea profesională;	Studentul/Absolventul: - A.5.1. 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 științei ale comunicării și modului de organizare a profesiei în probleme din domeniul comunicării, în crearea și distribuirea conținutului pe canale media publice și private; - A.5.2. evaluează respectarea legislației naționale și europene privind liberul acces la informație, proprietatea intelectuală, drepturile de autor, copyright-ul etc. în procesul comunicării profesionale și în activitățile de informare-documentare; - A.7.1. utilizează instrumente online pentru a comunica și partaja resurse în medii digitale; - A.7.2. selectează subiecte comune cu alte persoane pentru facilitarea comunicării în context profesional; - A.7.4. gestionează sisteme pentru stocarea, selectarea, organizarea, recuperarea, distribuirea și salvarea informațiilor și datelor în contexte profesionale; - A.7.5. Utilizează instrumente digitale pentru organizarea, colectarea, stocarea, extragerea, arhivarea și prelucrarea datelor, informațiilor și conținutului digital.	Studentul/Absolventul: - R.3.1. produce un conținut sau produs media în vederea difuzării/publicării pe unul sau mai multe canale sau platforme, utilizând media (text, fotografie, audio, video) separat sau în conjuncție în contextul realizării unui proiect profesional; - R.4.1. elaborează o analiză media sau o monitorizare media în raport cu un subiect, o temă, o persoană publică, o organizație sau o marcă; - R.4.3. 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 cele mai utilizate în contextul său socio-cultural și profesional. - R.6.2. 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); - R.7.5. demonstrează sensibilitate interculturală participând în comunități	Practică de specialitate

Aprobat
 Ședința Senatului
 din data 23.09.2026

[Signature]

Nr. crt.	CUNOȘTINȚE	APTITUDINI	RESPONSABILITATE ȘI AUTONOMIE	DISCIPLINA
26	Studentul/Absolventul: C.2.4. 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; C.6.1. identifică principiile relațiilor publice și managementului reputației și factorii de influență asupra percepțiilor părților interesate sau asupra categoriilor de public în raport cu o organizație, cu marca (brandul) acesteia sau în raport cu o persoană; C.6.2. diferențiază între strategiile și design-urile 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 etc.).	Studentul/Absolventul: A.2.2. analizează caracteristicile, nevoile și așteptările publicului-țintă utilizând modele, grile, teste, proceduri și aplicații software adecvate în contextul comunicării publice profesionale; A.2.3. adaptează mesajele la diverse situații și categorii sau segmente de public în contextul comunicării profesionale. A.4.4. interpretează valorile și mesajele ideologice și culturale încorporate în produsele media. A.6.1. evaluează percepția publică, participă în rețele profesionale și inițiază conversații în raport cu o persoană publică, o organizație sau o marcă (brand).	Studentul/Absolventul: R.4.1. elaborează o analiză media sau o monitorizare media în raport cu un subiect, o temă, o persoană publică, o organizație sau o marcă; R.4.3. 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; R.5.1. 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. R.6.1. aplică principii și metodologii specifice domeniului pentru a realiza cercetări ale opiniei publice în raport cu un subiect, o persoană publică, o organizație, o marcă (brand); R.7.4. planifică/își asumă și respectă termene strânse pentru a realiza sarcini sau proiecte profesionale;	Branding digital
27	Studentul/Absolventul: C.2.3. identifică structurile de proprietate, mecanismele de control, modele de producție și distribuție specifice sistemelor mass media.	Studentul/Absolventul: A.7.3. utilizează persoanele de contact pentru obținerea de informații sau avantaje reciproce în context profesional.	Studentul/Absolventul: R.7.2. gestionează evidența persoanelor din rețeaua profesională proprie și rămâne informat/ă cu privire la activitățile lor; R.7.3. colaborează cu alte persoane în cadrul unor echipe pentru a rezolva probleme profesionale specifice; R.7.4. planifică/își asumă și respectă termene strânse pentru a realiza sarcini sau proiecte profesionale.	Antreprenoriat în media digitală
28	Studentul/Absolventul: C.2.3. identifică structurile de proprietate, mecanismele de control, modele de producție și distribuție specifice sistemelor mass media; C.3.4. distinge caracteristicile și funcționarea programelor software pentru sarcini de birou, cum ar fi prelucrarea textului, foi de calcul, prezentări, e-mail și baze de date, sisteme de gestiune de conținut, programe destinate editării, structurării conținutului destinat publicării sau difuzării; C.4.1. 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.5.3. identifică legislația privind comunicarea publică în mass-media, legislația presei, reglementările aplicabile comunicării audio-vizuale, legislația privind drepturile de autor, legislația privind comunicarea publică și privată pe platformele digitale, elemente de legislație în domeniul protecției datelor cu caracter personal.	Studentul/Absolventul: A.4.1. aplică procese pentru verificarea unor informații în contextul comunicării profesionale; A.7.1. utilizează instrumente online pentru a comunica și partaja resurse în medii digitale; A.7.4. gestionează sisteme pentru stocarea, selectarea, organizarea, recuperarea, distribuirea și salvagardarea informațiilor și datelor în contexte profesionale; A.7.5. Utilizează instrumente digitale pentru organizarea, colectarea, stocarea, extragerea, arhivarea și prelucrarea datelor, informațiilor și conținutului digital.	Studentul/Absolventul: R.4.2. evaluează sursele informațiilor și corectitudinea informațiilor receptate; R.7.1. inițiază legături cu alte persoane și colaborează cu acestea direct sau prin intermediul instrumentelor digitale; R.7.2. gestionează evidența persoanelor din rețeaua profesională proprie și rămâne informat/ă cu privire la activitățile lor.	Managementul și arhivarea conținutului digital
29	Studentul/Absolventul: C.6.1. identifică principiile relațiilor publice și managementului reputației și factorii de influență asupra percepțiilor părților interesate sau asupra categoriilor de public în raport cu o organizație, cu marca (brandul) acesteia sau în raport cu o persoană; C.6.2. diferențiază între strategiile și design-urile 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 etc.).	Studentul/Absolventul: A.2.3. adaptează mesajele la diverse situații și categorii sau segmente de public în contextul comunicării profesionale; A.5.1. 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; A.6.1. evaluează percepția publică, participă în rețele profesionale și inițiază conversații în raport cu o persoană publică, o organizație sau o marcă (brand). A.7.2. selectează subiecte comune cu alte persoane pentru facilitarea comunicării în context profesional; A.7.3. Utilizează persoanele de contact pentru obținerea de informații sau avantaje reciproce în context profesional;	Studentul/Absolventul: R.4.3. 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 cele mai utilizate în contextul său socio-cultural și profesional. R.6.1. aplică principii și metodologii specifice domeniului pentru a realiza cercetări ale opiniei publice în raport cu un subiect, o persoană publică, o organizație, o marcă (brand);	Relații publice în domeniul politic <i>Aprobat</i> <i>Ședința Senatului</i> <i>din data 23.09.2028</i>

Nr. crt.	CUNOȘTINȚE	APTITUDINI	RESPONSABILITATE ȘI AUTONOMIE	DISCIPLINA
30	Studentul/Absolventul: C.3.1. 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; C.3.4. distinge caracteristicile și funcționarea programelor software pentru sarcini de birou, cum ar fi prelucrarea textului, foi de calcul, prezentări, e-mail și baze de date, sisteme de gestiune de conținut, programe destinate editării, structurării conținutului destinat publicării sau difuzării.	Studentul/Absolventul: A.2.2. analizează caracteristicile, nevoile și așteptările publicului-țintă utilizând modele, grile, teste, proceduri și aplicații software adecvate în contextul comunicării publice profesionale; A.3.1. 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; A.3.4. utilizează aplicații software pentru compunerea, editarea, formatarea oricărui tip de material scris sau compunerea și editarea de materiale audiovizuale; A.4.4. interpretează valorile și mesajele ideologice și culturale încorporate în produsele media; A.7.1. utilizează instrumente online pentru a comunica și partaja resurse în medii digitale; A.7.5. utilizează instrumente digitale pentru organizarea, colectarea, stocarea, extragerea, arhivarea și prelucrarea datelor, informațiilor și conținutului digital.	Studentul/Absolventul: R.2.1. evaluează caracteristicile reprezentării în mass-media și platformele digitale a unei teme, unei persoane, unui grup sau unei categorii sociale; R.3.1. produce un conținut sau produs media în vederea difuzării/publicării pe unul sau mai multe canale sau platforme, utilizând media (text, fotografie, audio, video) separat sau în conjuncție în contextul realizării unui proiect profesional; R.7.3. colaborează cu alte persoane în cadrul unor echipe pentru a rezolva probleme profesionale specifice; R.7.4. planifică/își asumă și respectă termene strânse pentru a realiza sarcini sau proiecte profesionale.	Tehnica ilustrațiilor pentru produse digitale
31	Studentul/Absolventul: C.3.1. 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; C.3.4. distinge caracteristicile și funcționarea programelor software pentru sarcini de birou, cum ar fi prelucrarea textului, foi de calcul, prezentări, e-mail și baze de date, sisteme de gestiune de conținut, programe destinate editării, structurării conținutului destinat publicării sau difuzării.	Studentul/Absolventul: A.2.2. analizează caracteristicile, nevoile și așteptările publicului-țintă utilizând modele, grile, teste, proceduri și aplicații software adecvate în contextul comunicării publice profesionale; A.3.1. 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; A.3.4. utilizează aplicații software pentru compunerea, editarea, formatarea oricărui tip de material scris sau compunerea și editarea de materiale audiovizuale. A.4.4. interpretează valorile și mesajele ideologice și culturale încorporate în produsele media. A.7.1. utilizează instrumente online pentru a comunica și partaja resurse în medii digitale; A.7.5. utilizează instrumente digitale pentru organizarea, colectarea, stocarea, extragerea, arhivarea și prelucrarea datelor, informațiilor și conținutului digital.	Studentul/Absolventul: R.2.1. evaluează caracteristicile reprezentării în mass-media și platformele digitale a unei teme, unei persoane, unui grup sau unei categorii sociale; R.3.1. produce un conținut sau produs media în vederea difuzării/publicării pe unul sau mai multe canale sau platforme, utilizând media (text, fotografie, audio, video) separat sau în conjuncție în contextul realizării unui proiect profesional; R.7.3. colaborează cu alte persoane în cadrul unor echipe pentru a rezolva probleme profesionale specifice; R.7.4. planifică/își asumă și respectă termene strânse pentru a realiza sarcini sau proiecte profesionale.	Tehnica ilustrațiilor pentru copii
32	Studentul/ Absolventul: diferențiază din punct de vedere funcțional noile tehnologii (inteligența artificială, realitatea augmentată și realitatea virtuală) evidențiind aplicațiile și rolul specific al fiecăreia în producția mass-media; explică structura și legitățile storytelling-ului imersiv, identificând diferențele de paradigmă conceptuală dintre formatele media liniare și cele interactive sau experiențiale; distinge modelele operaționale ale inteligenței artificiale (generative și predictive), deținând reperele teoretice necesare pentru evaluarea impactului acestora asupra automatizării fluxurilor editoriale și a algoritmilor de distribuție.	Studentul/ Absolventul: utilizează instrumente software bazate pe inteligență artificială pentru optimizarea fluxurilor de lucru, editarea automată a conținutului și analiza comportamentului audienței; crează prototipuri de conținut media imersiv, dezvoltând independent filtre AR pentru rețelele sociale, grafică augmentată pentru transmisiuni live sau reportaje video 360°; verifică și evaluează critic sursele de informații, aplicând tehnici avansate de fact-checking digital pentru a detecta și demonta conținutul manipulat prin AI.	Studentul/ Absolventul: gestionează în mod autonom proiecte de media digitală care integrează tehnologii emergente, coordonând procesul de producție de la faza de concept până la distribuție; își asumă o conduită etică riguroasă în mass-media, decizând utilizarea responsabilă a inteligenței artificiale și garantând transparența totală în fața publicului prin etichetarea conținutului sintetic; se adaptează independent și rapid la evoluțiile tehnologice din domeniu, autoreglându-și procesul de învățare continuă pe măsură ce apar noi instrumente AI, VR și AR.	Inteligență artificială, realitate virtuală și augmentată în producția media

Aprobat
 Ședința Senatului
 din data 23.09.2026

Nr. crt.	CUNOȘTINȚE	APTITUDINI	RESPONSABILITATE ȘI AUTONOMIE	DISCIPLINA
33	Studentul/Absolventul: C.2.1. identifică principalele teorii, modele și elemente ale comunicării directe și mediate tehnologic, în contextul comunicării de masă și comunicării mediate de computer; C.2.2. identifică concepte referitoare la public și audiența mass-media, metode de măsurare, precum și indicatori de audiență specifici canalului tehnologic de comunicare mediatică; C.2.4. 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; C.3.1. 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.	Studentul/Absolventul: A.3.1. 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; A.4.1. aplică procese pentru verificarea unor informații în contextul comunicării profesionale; A.6.1. evaluează percepția publică, participă în rețele profesionale și inițiază conversații în raport cu o persoană publică, o organizație sau o marcă (brand). A.7.1. utilizează instrumente online pentru a comunica și partaja resurse în medii digitale; A.7.4. gestionează sisteme pentru stocarea, selectarea, organizarea, recuperarea, distribuirea și salvarea informațiilor și datelor în contexte profesionale.	Studentul/Absolventul: R.2.1. evaluează caracteristicile reprezentării în mass-media și platformele digitale a unei teme, unei persoane, unui grup sau unei categorii sociale; R.7.1. inițiază legături cu alte persoane și colaborează cu acestea direct sau prin intermediul instrumentelor digitale; R.7.4. planifică/își asumă și respectă termene strânse pentru a realiza sarcini sau proiecte profesionale; R.7.5. demonstrează sensibilitate interculturală participând în comunități și rețele diferite.	Social media și produsele sale
34	Studentul/Absolventul: C.4.1. 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. diferențiază între probleme sau formulări descriptive și probleme sau formulări prescriptive în contextul evaluării afirmațiilor în comunicarea profesională; C.5.3. identifică legislația privind comunicarea publică în mass-media, legislația presei, reglementările aplicabile comunicării audio-vizuale, legislația privind drepturile de autor, legislația privind comunicarea publică și privată pe platformele digitale, elemente de legislație în domeniul protecției datelor cu caracter personal.	Studentul/Absolventul: A.4.1. aplică procese pentru verificarea unor informații în contextul comunicării profesionale; A.5.2. evaluează respectarea legislației naționale și europene privind liberul acces la informație, proprietatea intelectuală, drepturile de autor, copyright-ul etc. în procesul comunicării profesionale și în activitățile de informare-documentare.	Studentul/Absolventul: R.5.1. 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.	Securitatea informației în mediul online
35	Studentul/Absolventul: C.2.1. identifică principalele teorii, modele și elemente ale comunicării directe și mediate tehnologic, în contextul comunicării de masă și comunicării mediate de computer; C.3.1. 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;	Studentul/Absolventul: A.2.1. selectează modelele care explică o situație de comunicare în contextul unei probleme profesionale; A.3.1. aplică practici de producție potrivite pentru diferite tipuri de conținuturi și moduri. A.7.4. gestionează sisteme pentru stocarea, selectarea, organizarea, recuperarea, distribuirea și salvarea informațiilor și datelor în contexte profesionale; A.7.5. utilizează instrumente digitale pentru organizarea, colectarea, stocarea, extragerea, arhivarea și prelucrarea datelor, informațiilor și conținutului digital.	Studentul/Absolventul: R.2.2. utilizează modelele de comunicare, teorii media și indicatori de audiență pentru a proiecta, adapta sau evalua planuri media. R.3.1. produce un conținut sau produs media în vederea difuzării/publicării pe unul sau mai multe canale sau platforme, utilizând media (text, fotografie, audio, video) separat sau în conjuncție în contextul realizării unui proiect profesional; R.7.1. inițiază legături cu alte persoane și colaborează cu acestea direct sau prin intermediul instrumentelor digitale; R.7.2. gestionează evidența persoanelor din rețeaua profesională proprie și rămâne informat/ă cu privire la activitățile lor; R.7.3. colaborează cu alte persoane în cadrul unor echipe pentru a rezolva probleme profesionale specifice.	Comunicarea pe dispozitive mobile
36	Studentul/Absolventul: C.3.1. 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; C.3.4. distinge caracteristicile și funcționarea programelor software pentru sarcini de birou, cum ar fi prelucrarea textului, foi de calcul, prezentări, e-mail și baze de date, sisteme de gestiune de conținut, programe destinate editării, structurării conținutului destinat publicării sau difuzării.	Studentul/Absolventul: A.3.1. 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; A.3.4. utilizează aplicații software pentru compunerea, editarea, formatarea oricărui tip de material scris sau compunerea și editarea de materiale audiovizuale.	Studentul/Absolventul: R.3.1. produce un conținut sau produs media în vederea difuzării/publicării pe unul sau mai multe canale sau platforme, utilizând media (text, fotografie, audio, video) separat sau în conjuncție în contextul realizării unui proiect profesional; R.3.2. redactează și editează texte originale de natură creativă, jurnalistice, promoționale, publicitare, de promovare instituțională, funcționale, tehnice sau academice; R.7.1. inițiază legături cu alte persoane și colaborează cu acestea direct sau prin intermediul instrumentelor digitale; R.7.3. colaborează cu alte persoane în cadrul unor echipe pentru a rezolva probleme profesionale specifice; R.7.4. planifică/își asumă și respectă termene strânse pentru a realiza sarcini sau proiecte profesionale.	Producție TV 

Nr. crt.	CUNOȘTINȚE	APTITUDINI	RESPONSABILITATE ȘI AUTONOMIE	DISCIPLINA
37	Studentul/Absolventul: C.2.4. 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. C.3.3. identifică tehnici de redactare sau structurarea a conținutului (narative, descriptive, expozitive, 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; C.5.1. identifică modele utilizate pentru luarea deciziilor etice sau raționamente morale în problemele din domeniul comunicării;	Studentul/Absolventul: A.3.3. aplică principii de retorică sau compunere a mesajelor ce vizează îmbunătățirea capacității scriitorilor și vorbitorilor de a informa, convinge sau motiva publicul; A.4.1. aplică procese pentru verificarea unor informații în contextul comunicării profesionale; A.4.3. 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; A.4.4. interpretează valorile și mesajele ideologice și culturale încorporate în produsele media. A.6.1. evaluează percepția publică, participă în rețele profesionale și inițiază conversații în raport cu o persoană publică, o organizație sau o marcă (brand); A.7.5. utilizează instrumente digitale pentru organizarea, colectarea, stocarea, extragerea, arhivarea și prelucrarea datelor, informațiilor și conținutului digital.	Studentul/Absolventul: R.2.3. analizează critic pluralitatea de interpretări date și de opinii formulate în contextul reprezentării media a subiectelor și evenimentelor curente; R.4.3. 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 cele mai utilizate în contextul său socio-cultural și profesional.	Semiotica discursului mediatic
38	Studentul/ Absolventul: diferențiază platformele de e-commerce (web/desktop) de cele de m-commerce (aplicații mobile), indicând caracteristicile specifice fiecăreia; înțelege cum funcționează sistemele de plată online, logistica și fluxul de comandă într-un magazin digital; cunoaște regulile legale de bază (GDPR, protecția consumatorului) și indicatorii principali de performanță (KPIs) în comerțul electronic.	Studentul/ Absolventul: configurează și administrează un magazin online complet (produse, stocuri, metode de plată și livrare) pe platforme dedicate; optimizează designul și procesul de cumpărare special pentru utilizatorii de telefoane mobile (m-commerce); utilizează instrumente de analiză pentru a urmări comportamentul clienților și a crește vânzările.	Studentul/ Absolventul: gestionează independent funcționarea zilnică a unei platforme de vânzări online, de la preluarea comenzii până la livrare; asigură protecția datelor clienților și securitatea tranzacțiilor financiare, respectând normele legale; actualizează autonom magazinul online în funcție de noile tehnologii și tendințe din piață.	Platforme e-commerce și m-commerce
39	Studentul/Absolventul: C.1.1. identifică principalele arii de cercetare în științe ale comunicării - comunicatori, structuri instituționale, organizații, conținut, canal, public/audiență, efecte; C.2.2. identifică concepte referitoare la public și audiența mass-media, metode de măsurare, precum și indicatori de audiență specifici canalului tehnologic de comunicare mediatică; C.3.1. 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;	Studentul/Absolventul: A.1.4. interpretează rezultatele cercetării în scris și prin grafice, diagrame, tabele; A.2.1. selectează modelele care explică o situație de comunicare în contextul unei probleme profesionale; A.2.2. analizează caracteristicile, nevoile și așteptările publicului-țintă utilizând modele, grile, teste, proceduri și aplicații software adecvate în contextul comunicării publice profesionale; A.6.1. evaluează percepția publică, participă în rețele profesionale și inițiază conversații în raport cu o persoană publică, o organizație sau o marcă (brand); A.7.5. utilizează instrumente digitale pentru organizarea, colectarea, stocarea, extragerea, arhivarea și prelucrarea datelor, informațiilor și conținutului digital.	Studentul/Absolventul: R.1.2. raportează rezultate, statistici și concluzii în fața unui public într-un mod clar, transparent și simplu. R.2.1. evaluează caracteristicile reprezentării în mass-media și platformele digitale a unei teme, unei persoane, unui grup sau unei categorii sociale; R.2.2. utilizează modelele de comunicare, teorii media și indicatori de audiență pentru a proiecta, adapta sau evalua planuri media; R.4.1. elaborează o analiză media sau o monitorizare media în raport cu un subiect, o temă, o persoană publică, o organizație sau o marcă; R.6.1. aplică principii și metodologii specifice domeniului pentru a realiza cercetări ale opiniei publice în raport cu un subiect, o persoană publică, o organizație, o marcă (brand).	Media Planning

Aprobat
 Ședința Senatului
 din data 23.09.2026



Nr. crt.	CUNOȘTINȚE	APTITUDINI	RESPONSABILITATE ȘI AUTONOMIE	DISCIPLINA
40	Studentul/ Absolventul: C.2.4. 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. C.3.1. distinge între diferite tipuri de conținuturi și moduri de expresie (text, fotografie, audio, video) și tipuri de canale media; C.4.1. 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. diferențiază între probleme sau formulări descriptive și probleme sau formulări prescriptive în contextul evaluării afirmațiilor în comunicarea profesională; C.5.2. identifică normele profesionale în raport cu rolul asumat în comunicarea publică; presa tipărită, televiziunea, radioul, cinematografia, presa online, platformele digitale, aplicațiile mobile;	Studentul/ Absolventul: A.2.2. analizează caracteristicile, nevoile și așteptările publicului-țintă utilizând modele, grile, teste, proceduri și aplicații software adecvate în contextul comunicării publice profesionale; A.2.3. adaptează mesajele la diverse situații și categorii sau segmente de public în contextul comunicării profesionale. A.4.1. aplică procese pentru verificarea unor informații în contextul comunicării profesionale; A.7.5. utilizează instrumente digitale pentru organizarea, colectarea, stocarea, extragerea, arhivarea și prelucrarea datelor, informațiilor și conținutului digital.	Studentul/ Absolventul: R.2.3. analizează critic pluralitatea de interpretări date și de opinii formulate în contextul reprezentării media a subiectelor și evenimentelor curente. R.4.1. elaborează o analiză media sau o monitorizare media în raport cu un subiect, o temă, o persoană publică, o organizație sau o marcă; R.4.2. evaluează sursele informațiilor și corectitudinea informațiilor receptate; R.7.4. planifică/își asumă și respectă termene strânse pentru a realiza sarcini sau proiecte profesionale;	Radio, jurnalism și videojurnalism
41	Studentul/Absolventul: C.1.1. identifică principalele arii de cercetare în științe ale comunicării - comunicatori, structuri instituționale, organizații, conținut, canal, public/audiențe, efecte; C.1.3. diferențiază între principalele abordări metodologice în domeniul științe ale comunicării – metode cantitative, metode calitative, abordări retorice, discursive și mixte; C.4.1. 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.	Studentul/Absolventul: A.1.1. redactează un plan de cercetare pe un subiect din domeniul științe ale comunicării; A.1.2. aplică metode de colectare a datelor, respectând norme de etică a cercetării și prevederile legale în vigoare; A.1.3. aplică metode de cercetare adecvate temei și subiectului de cercetare; A.1.4. interpretează rezultatele cercetării în scris și prin grafice, diagrame, tabele; A.1.5. discută limitele cercetărilor, evaluând critic gradul de generalizare a concluziilor și propune strategii pentru adâncirea/ verificarea suplimentară a acestora; A.3.4. utilizează aplicații software pentru compunerea, editarea, formatarea oricărui tip de material scris sau compunerea și editarea de materiale audiovizuale; A.4.1. aplică procese pentru verificarea unor informații în contextul comunicării profesionale; A.7.5. utilizează instrumente digitale pentru organizarea, colectarea, stocarea, extragerea, arhivarea și prelucrarea datelor, informațiilor și conținutului digital.	Studentul/Absolventul: R.1.2. raportează rezultate, statistici și concluzii în fața unui public într-un mod clar, transparent și simplu; R.2.1. evaluează caracteristicile reprezentării în mass-media și platformele digitale a unei teme, unei persoane, unui grup sau unei categorii sociale; R.2.3. analizează critic pluralitatea de interpretări date și de opinii formulate în contextul reprezentării media a subiectelor și evenimentelor curente; R.4.1. elaborează o analiză media sau o monitorizare media în raport cu un subiect, o temă, o persoană publică, o organizație sau o marcă; R.4.2. evaluează sursele informațiilor și corectitudinea informațiilor receptate; R.4.3. 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 cele mai utilizate în contextul său socio-cultural și profesional. R.6.1. aplică principii și metodologii specifice domeniului pentru a realiza	Elaborarea lucrării de licență
42	Studentul/Absolventul: C.3.1. 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;	Studentul/Absolventul: A.3.1. 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; A.3.4. utilizează aplicații software pentru compunerea, editarea, formatarea oricărui tip de material scris sau compunerea și editarea de materiale audiovizuale; A.4.1. aplică procese pentru verificarea unor informații în contextul comunicării profesionale.	Studentul/Absolventul: R.2.1. evaluează caracteristicile reprezentării în mass-media și platformele digitale a unei teme, unei persoane, unui grup sau unei categorii sociale; R.3.1. produce un conținut sau produs media în vederea difuzării/publicării pe unul sau mai multe canale sau platforme, utilizând media (text, fotografie, audio, video) separat sau în conjuncție în contextul realizării unui proiect profesional; R.4.1. elaborează o analiză media sau o monitorizare media în raport cu un subiect, o temă, o persoană publică, o organizație sau o marcă ..	Creație publicitară în mediul online

Aprobat
 Ședința Senatului
 din data 23.09.2026

Nr. crt.	CUNOȘTINȚE	APTITUDINI	RESPONSABILITATE ȘI AUTONOMIE	DISCIPLINA
43	Studentul/Absolventul: C.3.1. 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.	Studentul/Absolventul: A.3.1. 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; A.3.4. utilizează aplicații software pentru compunerea, editarea, formatarea oricărui tip de material scris sau compunerea și editarea de materiale audiovizuale; A.4.1. aplică procese pentru verificarea unor informații în contextul comunicării profesionale.	Studentul/Absolventul: R.2.1. evaluează caracteristicile reprezentării în mass media și platformele digitale a unei teme, unei persoane, unui grup sau unei categorii sociale R.3.1. produce un conținut sau produs media în vederea difuzării/publicării pe unul sau mai multe canale sau platforme, utilizând media (text, fotografie, audio, video) separat sau în conjuncție în contextul realizării unui proiect profesional.	Corporate video
44	Studentul/ Absolventul: diferențiază tipurile de drone și tehnologiile IA folosite în producția video, cunoscând rolul fiecăreia; înțelege regulile de filmare aeriană și modul în care IA automatizează editarea și urmărirea cadrelor; cunoaște legislația aeronautică pentru utilizarea dronelor și normele de etică privind filmarea persoanelor.	Studentul/ Absolventul: operează drone în siguranță pentru a realiza filmări și fotografii aeriene profesionale; utilizează aplicații software bazate pe IA pentru zbor automat, stabilizare și post-producție video; procesează materialele vizuale brute cu ajutorul instrumentelor digitale inteligente.	Studentul/ Absolventul: garantează siguranța zborului și respectarea intimității publicului în timpul producției media; actualizează autonom tehnicile de lucru în funcție de noile reguli aviatice și evoluții ale IA.	Producție media asistată: drone și IA
45	Studentul/ Absolventul: diferențiază tipurile de platforme audiovizuale (streaming live, video-on-demand, podcast) și tehnologiile de distribuție specifice fiecăreia; înțelege funcționarea algoritmilor de recomandare, regulile de monetizare și drepturile de autor în mediul online; cunoaște indicatorii tehnici de calitate (rezoluție, bitrate, codec-uri) și metricile de audiență (reach, watch time, engagement).	Studentul/ Absolventul: exersează configurarea și administrarea de bază a unui canal sau cont pe platformele majore de streaming și video-on-demand; aplică tehnici elementare de optimizare a materialelor (metadate, titluri, miniaturi) pentru a îmbunătăți vizibilitatea conținutului; realizează transmisii live și încărcări de conținut în cadrul unor proiecte ghidate, învățând să controleze parametrii tehnici de bază.	Studentul/ Absolventul: coordonează mini-proiecte de publicare a conținutului audiovizual, respectând un calendar de postări stabilit în echipă; respectă regulile comunității (community guidelines) și drepturile de autor atunci când încarcă materiale pe platforme; urmărește independent reacțiile publicului și modificările din platforme.	Platforme online pentru audiovizual
46	Studentul/Absolventul: C.2.2. identifică concepte referitoare la public și audiența mass-media, metode de măsurare, precum și indicatori de audiență specifici canalului tehnologic de comunicare mediatică; C.2.4. 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; C.4.3. 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.	Studentul/Absolventul: A.1.5. discută limitele cercetărilor, evaluând critic gradul de generalizare a concluziilor și propune strategii pentru adâncirea/ verificarea suplimentară a acestora. A.4.2. descoperă erori în argumentație, cadrele sau scheme de interpretare distincte oferite de diferite surse în contextul comunicării profesionale; A.4.3. 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; A.4.4. interpretează valorile și mesajele ideologice și culturale încorporate în produsele media. A.6.1. evaluează percepția publică, participă în rețele profesionale și inițiază conversații în raport cu o persoană publică, o organizație sau o marcă (brand). A.7.2. Selectează subiecte comune cu alte persoane pentru facilitarea comunicării în context profesional;	Studentul/Absolventul: R.2.1. evaluează caracteristicile reprezentării în mass-media și platformele digitale a unei teme, unei persoane, unui grup sau unei categorii sociale; R.2.3. analizează critic pluralitatea de interpretări date și de opinii formulate în contextul reprezentării media a subiectelor și evenimentelor curente. R.4.1. elaborează o analiză media sau o monitorizare media în raport cu un subiect, o temă, o persoană publică, o organizație sau o marcă; R.4.2. evaluează sursele informațiilor și corectitudinea informațiilor receptate; R.4.3. 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 cele mai utilizate în contextul său socio-cultural și profesional. R.7.5. demonstrează sensibilitate interculturală participând în comunități și rețele diferite.	Identități și coduri culturale în mediul digital

Aprobat
Sedința Senatului
din data 23.09.2026



Nr. crt.	CUNOȘTINȚE	APTITUDINI	RESPONSABILITATE ȘI AUTONOMIE	DISCIPLINA
47	Studentul/Absolventul: C.3.1. 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. C.3.3. identifică tehnici de redactare sau structurarea a conținutului (narative, descriptive, expozitive, 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;	Studentul/Absolventul: A.3.3. aplică principii de retorică sau compunere a mesajelor ce vizează îmbunătățirea capacității scriitorilor și vorbitorilor de a informa, convinge sau motiva publicul; A.4.1. aplică procese pentru verificarea unor informații în contextul comunicării profesionale; A.4.4. interpretează valorile și mesajele ideologice și culturale încorporate în produsele media; A.6.1. evaluează percepția publică, participă în rețele profesionale și inițiază conversații în raport cu o persoană publică, o organizație sau o marcă (brand).	Studentul/Absolventul: R.2.1. evaluează caracteristicile reprezentării în mass media și platformele digitale a unei teme, unei persoane, unui grup sau unei categorii sociale R.2.3. analizează critic pluralitatea de interpretări date și de opinii formulate în contextul reprezentării media a subiectelor și evenimentelor curente;	Multimodalitatea în discursul digital
48	Studentul/Absolventul: C.2.3. identifică structurile de proprietate, mecanismele de control, modele de producție și distribuție specifice sistemelor mass media; C.5.2. identifică normele profesionale în raport cu rolul asumat în comunicarea publică; C.5.3. identifică legislația privind comunicarea publică în mass-media, legislația presei, reglementările aplicabile comunicării audio-vizuale, legislația privind drepturile de autor, legislația privind comunicarea publică și privată pe platformele digitale, elemente de legislație în domeniul protecției datelor cu caracter personal.	Studentul/Absolventul: A.4.1. aplică procese pentru verificarea unor informații în contextul comunicării profesionale; A.5.1. 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; A.5.2. evaluează respectarea legislației naționale și europene privind liberul acces la informație, proprietatea intelectuală, drepturile de autor, copyright-ul etc. în procesul comunicării profesionale și în activitățile de informare-documentare.	Studentul/Absolventul: R.4.2. evaluează sursele informațiilor și corectitudinea informațiilor receptate; R.5.1. 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. R.7.3. colaborează cu alte persoane în cadrul unor echipe pentru a rezolva probleme profesionale specifice.	Protecția proprietății intelectuale
49	Studentul/Absolventul: C.2.3. identifică structurile de proprietate, mecanismele de control, modele de producție și distribuție specifice sistemelor mass media; C.5.2. identifică normele profesionale în raport cu rolul asumat în comunicarea publică; C.5.3. identifică legislația privind comunicarea publică în mass-media, legislația presei, reglementările aplicabile comunicării audio-vizuale, legislația privind drepturile de autor, legislația privind comunicarea publică și privată pe platformele digitale, elemente de legislație în domeniul protecției datelor cu caracter personal.	Studentul/Absolventul: A.4.1. aplică procese pentru verificarea unor informații în contextul comunicării profesionale; A.5.1. 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; A.5.2. evaluează respectarea legislației naționale și europene privind liberul acces la informație, proprietatea intelectuală, drepturile de autor, copyright-ul etc. în procesul comunicării profesionale și în activitățile de informare-documentare.	Studentul/Absolventul: R.4.2. evaluează sursele informațiilor și corectitudinea informațiilor receptate; R.5.1. 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. R.7.3. colaborează cu alte persoane în cadrul unor echipe pentru a rezolva probleme profesionale specifice.	Aspecte legale ale producției media
50	Studentul/Absolventul: C.1.2. 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, rezentarea rezultatelor și formularea de concluzii în raport cu nivelul cunoașterii existente; C.3.1. 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.	Studentul/Absolventul: A.1.2. aplică metode de colectare a datelor, respectând norme de etică a cercetării și prevederile legale în vigoare; A.1.3. aplică metode de cercetare adecvate temei și subiectului de cercetare; A.1.4. interpretează rezultatele cercetării în scris și prin grafice, diagrame, tabele.	Studentul/Absolventul: R.2.1. evaluează caracteristicile reprezentării în mass-media și platformele digitale a unei teme, unei persoane, unui grup sau unei categorii sociale R.3.1. produce un conținut sau produs media în vederea difuzării/publicării pe unul sau mai multe canale sau platforme, utilizând media (text, fotografie, audio, video) separat sau în conjuncție în contextul realizării unui proiect profesional;	Interfețe gestuale pentru aplicații educaționale

Aprobat
 Ședința Senatului
 din data 23.09.2026



Nr. crt.	CUNOȘTINȚE	APTITUDINI	RESPONSABILITATE ȘI AUTONOMIE	DISCIPLINA
51	Studentul/Absolventul: C.2.1. identifică principalele teorii, modele și elemente ale comunicării directe și mediate tehnologic, în contextul comunicării de masă și comunicării mediate de computer; C.3.1. 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;	Studentul/Absolventul: A.3.1. 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; A.3.4. utilizează aplicații software pentru compunerea, editarea, formatarea oricărui tip de material scris sau compunerea și editarea de materiale audiovizuale. A.7.1. utilizează instrumente online pentru a comunica și partaja resurse în medii digitale;	Studentul/Absolventul: R.2.1. evaluează caracteristicile reprezentării în mass media și platformele digitale a unei teme, unei persoane, unui grup sau unei categorii sociale R.3.1. produce un conținut sau produs media în vederea difuzării/publicării pe unul sau mai multe canale sau platforme, utilizând media (text, fotografie, audio, video) separat sau în conjuncție în contextul realizării unui proiect profesional;	Interacțiunea în timp real cu mediul virtual
52	Studentul/Absolventul: C.2.2. identifică concepte referitoare la public și audiența mass-media, metode de măsurare, precum și indicatori de audiență specifici canalului tehnologic de comunicare mediatică; C.2.4. 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; C.4.3. 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.	Studentul/Absolventul: A.4.2. descoperă erori în argumentație, cadrele sau scheme de interpretare distincte oferite de diferite surse în contextul comunicării profesionale; A.4.3. 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; A.4.4. interpretează valorile și mesajele ideologice și culturale încorporate în produsele media; A.6.1. evaluează percepția publică, participă în rețele profesionale și inițiază conversații în raport cu o persoană publică, o organizație sau o marcă (brand); A.7.2. selectează subiecte comune cu alte persoane pentru facilitarea comunicării în context profesional;	Studentul/Absolventul: R.2.1. evaluează caracteristicile reprezentării în mass-media și platformele digitale a unei teme, unei persoane, unui grup sau unei categorii sociale; R.2.3. analizează critic pluralitatea de interpretări date și de opinii formulate în contextul reprezentării media a subiectelor și evenimentelor curente; R.4.1. elaborează o analiză media sau o monitorizare media în raport cu un subiect, o temă, o persoană publică, o organizație sau o marcă; R.4.2. evaluează sursele informațiilor și corectitudinea informațiilor receptate; R.4.3. 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 cele mai utilizate în contextul său socio-cultural și profesional; R.7.5. demonstrează sensibilitate interculturală participând în comunități și rețele diferite.	Postumanism și realitate virtuală
53	Studentul/Absolventul: C.2.4. 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; C.4.2. diferențiază între probleme sau formulări descriptive și probleme sau formulări prescriptive în contextul evaluării afirmațiilor în comunicarea profesională; C.4.3. 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.	Studentul/Absolventul: A.2.2. analizează caracteristicile, nevoile și așteptările publicului-țintă utilizând modele, grile, teste, proceduri și aplicații software adecvate în contextul comunicării publice profesionale; A.4.4. interpretează valorile și mesajele ideologice și culturale încorporate în produsele media; A.6.1. evaluează percepția publică, participă în rețele profesionale și inițiază conversații în raport cu o persoană publică, o organizație sau o marcă (brand); A.7.2. selectează subiecte comune cu alte persoane pentru facilitarea comunicării în context profesional;	Studentul/Absolventul: R.2.1. evaluează caracteristicile reprezentării în mass-media și platformele digitale a unei teme, unei persoane, unui grup sau unei categorii sociale; R.2.3. analizează critic pluralitatea de interpretări date și de opinii formulate în contextul reprezentării media a subiectelor și evenimentelor curente; R.4.2. evaluează sursele informațiilor și corectitudinea informațiilor receptate; R.6.1. aplică principii și metodologii specifice domeniului pentru a realiza cercetări ale opiniei publice în raport cu un subiect, o persoană publică, o organizație, o marcă (brand); R.7.5. demonstrează sensibilitate interculturală participând în comunități și rețele diferite.	Psihologia consumatorului de media digitală

Ordonator de credite,
Prof. univ. dr. Gabriela PETROȘEL



Decan,
Prof. univ. dr. Daniela-Viorica PETROȘEL

Director departament,
Prof. univ. dr. Claudia COSTIN

Responsabil program de studii,
Conf. univ. dr. Evelina-Mezalina GRAUR

Aprobat
Sedinta Senatului
din data 23-09-2026