UNIVERSITATEA ECOLOGICĂ DIN BUCUREŞTI
FACULTATEA DE ŞTIINŢELE COMUNICĂRII
SPECIALIZAREA: ***Comunicare şi relaţii publice***

APROBAT,
RECTOR,
Conf.univ.dr. Gabriel MANU

PLAN DE ÎNVĂŢĂMÂNT
Comunicare și New Media
ADMITERE 2026

1. DESCRIEREA PROGRAMULUI:

DOMENIUL FUNDAMENTAL:	***Ştiinţe Sociale***
DOMENIUL DE STUDII UNIVERSITARE DE MASTER (Masterat profesional)	***Științe ale comunicării***
SPECIALIZAREA:	***Comunicare şi New Media***
DURATA:	***938 ore / 4 semestre***
FORMA DE ÎNVĂŢĂMÂNT:	***Cu frecvenţă (F)***
LIMBA DE PREDARE:	***Limba română.***

Scopul masteratului este de a forma competențe profesionale în domeniul comunicării, new media și relațiilor publice, care să răspundă cerințelor și necesităților tot mai mari ale pieței profesiilor emergente, contribuind astfel la realizarea unei calificări superioare a absolvenților de nivel master.

Deși **profilul masteratului** este profesional (orientat spre formarea experților în relații publice care să profeseze pe piață, precum și în sfera profesiilor digitale și a new media), acesta oferă totodată și o formare teoretică solidă, care determină dezvoltarea de abilități pentru a profesa în domenii strategice ca și pentru începerea unei cariere în domeniul academic (cum ar fi înscrierea la doctorat). Disciplinele din curricula masteratului profesional trebuie să țină seama de calificările și de evoluțiile de pe piața muncii din România și din Europa, cu atât mai mult cu cât piața muncii din sfera industriilor comunicării este foarte dinamică și marcată de trenduri precum digitalizarea, tranziția eco-climatică și dezvoltarea sustenabilă.

Masteratul se adresează absolvenților de studii de licență din domeniul socio-uman care vor să se specializeze în domeniul relațiilor publice și în ecuatia new media. Absolvenților de studii de licență din alte specializări, masteratul le oferă o reprofesionalizare eficientă către domeniul comunicării și relațiilor publice.

2. OBIECTIVELE MASTERATULUI

a) Competențe profesionale generale:

-Cunoașterea, înțelegerea și utilizarea conceptelor, teoriilor, principiilor şi metodelor fundamentale din științele comunicării în vederea identificării procedurilor de prelucrare şi interpretare a datelor obținute din cercetări empirice necesare abordării și rezolvării diverselor aspecte și probleme specifice domeniului relaţiilor publice și dimensiunii new media;

-Cunoașterea și aplicarea criteriilor, metodelor si modelelor de evaluare folosite în managementul comunicării (criteriile SMART, metoda SWOT);

-Cunoașterea, înțelegerea și utilizarea limbajului specific comunicării și relaţiilor publice și a noilor termeni esențiali ai PR-ului digital;

- Capacitate de explicare și interpretare a evoluției fenomenelor new media;

a) General professional competencies

-Acquiring, understanding and using the fundamental concepts, theories, principles and methods of communication sciences with the view of identifying the procedures of processing and interpreting data resulted from empirical research necessary to approach and solve different aspects and issues specific to public relations and new media;

-Acquiring and applying the criteria, methods and models of assessments used in communication management (SMART and SWOT criteria);

-Acquiring, understanding and using the specific language of communication and public relations;

-Ability of explaining and interpreting public relations and new media trends.

b) Competențe profesionale specifice

- Stăpânirea abilităților profesionale care permit activitatea de a elabora produse de relații publice sau de publicitate:

- ușurința în comunicare interpersonală;
- abilitățile de persuasiune;
- capacitatea de exprimare scrisă în mod clar;
- capacitatea de aplicare, transfer, de a rezolva probleme și de a planifica strategic activitatea;
- capacitatea de a soluționa creativ și novator problemele;
- reflecția critică și constructivă; formularea de judecăţi de valoare şi fundamentarea de decizii constructive prin utilizarea nuanţată şi pertinentă de criterii şi metode de evaluare;
- abilitatea de a efectua cercetări asupra publicului;
- capacitatea de a sintetiza rapid informații din surse variate (cercetări sociologice, cercetări psihologice, analize media, interacțiunea cu oamenii);

-Planificarea strategică a activităților de comunicare și relații publice (documentare, concepere, elaborare produse, evaluare) și gestionarea ei cu ajutorul instrumentelor de comunicare disponibile;

-Elaborarea de proiecte profesionale aplicând inovativ un spectru variat de metode cantitative și calitative;

-Capacitatea de a supraveghea realizarea unor sarcini specifice şi de a rezolva situaţii conflictuale; capacitatea de a lucra independent sau în echipă pentru rezolvarea de probleme în contexte profesionale definite;

-Capacitatea de a comunica unor audiențe diverse evaluarea situației, strategiile și tacticile de soluționarea problemei în vederea soluționării prin eforturi comune a problemei respective.

b) Specific professional competencies

- Mastering the professional abilities of elaborating public relations and advertising outcomes:

- fluency in interpersonal communication;
- persuading skills;
- the ability to coherently express oneself in writing;
- the ability to apply, transfer and solve problems and to strategically plan the agenda;
- the ability to creatively and innovatively solve out problems;
- critical and constructive thinking, delivering value judgments, building up and making constructive decisions by using detailed and pertinent assessment criteria and methods;

-Strategic planning of communication activities and public relations (documenting, conceiving, elaborating products, assessment) and managing it by means of available communication tools;

-Elaborating professional projects innovatively applying a varied spectrum of qualitative and quantitative methods;

-The ability to supervise the achievement of specific tasks and to solve conflict situations; the abilityto work individually or in a team to solve problems in well defined professional contexts;

-The ability to deliver messages to different types of audience regarding the assessment of the problem, the strategies and tactics of solving it.

1. ACTIVITATEA DIDACTICĂ DE PREDARE

Cursuri. Cursurile sunt interactive, titularii prezentând cursanţilor la începutul cursului, temele care urmează să fie acoperite, note de curs, bibliografie. Pe parcursul cursului, cursanţii rezolvă sarcini de lucru legate de tema prezentată.

***Seminare*.** Cursanţii fac aplicaţii pe temele prezentate la curs, primind feed-back de la profesori şi colegi.

Proiecte. Cursanţii pregătesc mini-proiecte, referate conform temelor acoperite, pe care la prezintă la seminar și le predau în formă scrisă la sfârşit de semestru.

Evaluarea □ Participare la seminar □ Proiecte și referate □ Examene orale sau scrise și colocvii.

Ocupaţiile vizate de masterat sunt cele de expert senior și cele de cadre de conducere, inclusiv pentru nivelul de top management, respectiv director/manager/relații publice.

PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT

Comunicare și New Media

Admitere 2026

SEMESTRUL 1

Nr. Crt.	Codul disciplinei	Denumirea disciplinei	Număr ore				F.V.	Nr. C.
			C	S	L.P	Total		
1.	SSSCNM202601	Studii critice în Media și Publicitate Critical Studies in Media and Advertising	28	-	28	56	E	8
2.	SSSCNM202602	Strategii de management și factori psihologici în audio-vizual Management Strategies and Psychological Factors in Audiovisual Media	28	28	-	56	C	7
3.	SSSCNM202603	Metodologii ale creativității și designul comunicării în online Creativity Methodologies and Online Communication Design	28	28	-	56	E	4
4.	SSSCNM202604	Etica si deontologie academica Ethics and Academic deontology	14	-	-	14	C	4
5.	SSSCNM202605	Gestiunea datelor digitale asociate proceselor didactice Management of digital information in education	-		14	14	C	3
6.	SSSCNM202606	Redactare și editare în social media Social Media Writing and Editing	14	14	-	28	C	4
Total ore			**112**	**70**	**42**	**224**	4C, 2E	**30**

SEMESTRUL 2

Nr. Crt.	Codul disciplinei	Denumirea disciplinei	Total ore				F.V.	Nr. C.
			C	S	L.P.	Total		
7.	SSSCNM202606	Imagine și simbol în lumea digitală Image and Symbol in the Digital World	28		28	56	E	6
8.	SSSCNM202607	Trenduri emergente în marketingul globalizării Emerging Trends in Marketing in the Age of Globalization	28		28	56	E	6
9.	SSSCNM202608	Schimbare climatică și media Climate Change and the Media	28		28	56	C	5
10.	SSSCNM202609	Practica Internship	-		42	42	E	5
Total ore			**84**		**126**	**210**	1C, 3E	**22**

Nr. Crt.	Codul disciplinei	Denumirea disciplinei opționale	Total ore				F.V.	Nr. C.
			C	S	L.P.	Total		
11.	SSSCNM202610	Storytelling în audiovizual în contextul pieței globale Audiovisual Storytelling in the Context of the Global Market	14		14	28	C	4
12.	SSSCNM202611	Comunicare managerială Managerial Communication	14		14	28	C	4
13.	SSSCNM202612	Semiotică în mass-media Semiotics in Mass Media	14		14	28	C	4
14.	SSSCNM202613	Comunicare și imagine organizațională Organizational Communication and Image	14		14	28	C	4
Se vor alege două discipline opționale din pachet.								8

SEMESTRUL 3

Nr. Crt.	Codul disciplinei	Denumirea disciplinei	Număr ore				F.V.	Nr.C.
			C	S	L.P.	Total		
15.	SSSCNM202614	Psihologia consumatorului în mediul online Consumer Psychology in the Online Environment	28		14	42	C	6
16.	SSSCNM202615	Strategii de marketing al organizațiilor în transmedia Transmedia Marketing Strategies for Organizations	28		14	42	E	6
17.	SSSCNM202616	Diaspore digitale și fenomenul migrație în era globalizării Digital Diasporas and Migration in the Age of Globalization	14		28	42	E	6
18.	SSSCNM202617	Practica Internship	-		42	42	E	4
Total ore			70		**98**	**168**	1C,3E	**22**

Nr. Crt.	Codul disciplinei	Denumirea disciplinei opționale	Total ore				F.V.	Nr. C.
			C	S	L.P.	Total		
19.	SSSCNM202618	Marketing politic digital Digital Political Marketing	14		14	28	C	4
20.	SSSCNM202619	Jurnalism creativ și colaborativ în social-media Creative and Collaborative Journalism in Social Media	14		14	28	C	4
21.	SSSCNM202620	Modele și strategii conversaționale în limbă străină Conversational Models and Strategies in a Foreign Language	14		14	28	C	4
22.	SSSCNM202621	Managementul și redactarea proiectelor în new media New Media Project Management and Writing	14		14	28	C	4
Se vor alege două discipline opționale din pachet.								8

SEMESTRUL 4

Nr. Crt.	Codul disciplinei	Denumirea disciplinei	Număr ore				F.V.	Nr.C.
			C	S	L.P.	Total		
23.	SSSCNM202622	Media Art Media Art	28	14		42	C	6
24.	SSSCNM202623	Branding și New Branding Branding and New Brandin	28		14	56	E	7
25.	SSSCNM202624	Managementul reputației în mediul online Online Reputation Management	28		28	56	E	7
26.	SSSCNM202625	Organizațiile în ecosistemele publicitare Organizations in Advertising Ecosystems	28		14	56	E	5
27.	SSSCNM202626	Elaborarea lucrării de disertație Master's Thesis Preparation	-		42	42	C	5
Total ore			**112**	**14**	**98**	**224**	**2C,3E**	**30**
Total general			**434**	**84**	**420**	**938**		
Examen de disertație							**E**	**10**
Total număr de credite								**130**

F.V. = forma de verificare (C = colocviu / E = examen)
Nr.C. = numărul de credite
C = curs
S = seminar
L.P. = lucrări practice

DECAN,
Conf.univ.dr. Elena BANCIU

DIRECTOR DE DEPARTAMENT
Lect.univ.dr. Flavius PANĂ