

Aurea 13  
H.S. 25/10.04.2025  
Pt aviz CA și aprobare SCS  
Prorector MA



Către Conducerea Universității din Oradea

În atenția domnului Prorector Management Academic

prof. univ. dr. ing. habil. Gabriel Valentin Bendea

Subsemnata, Prof. univ. dr. habil. Gabriela Goudenhooff, în calitate de Director al Departamentului de Științe Politice și Științele Comunicării din cadrul Facultății de Istorie, Relații Internaționale, Științe Politice și Științele Comunicării (IRISPSC), vă adresez respectuos prezenta

### CERERE DE ÎNFIINȚARE PROGRAM NOU DE LICENȚĂ

Prin care solicităm aprobarea înființării programului de studii universitare de licență „Comunicare și Media Emergente (în limba engleză)”, în cadrul Facultății IRISPSC.

Această solicitare este fundamentată pe memoriul justificativ anexat, care evidențiază:

- necesitatea adaptării ofertei educaționale la cerințele pieței muncii și ale societății digitale actuale;

- caracterul inovator al programului și relevanța acestuia în contextul transformărilor tehnologice și comunicaționale emergente;

- misiunea asumată de către departament și facultate de a forma specialiști în domeniul comunicării digitale, capabili să răspundă provocărilor actuale ale mediului media și public;

- existența resurselor umane, logistice și instituționale necesare pentru desfășurarea în condiții optime a programului;

- alinierea acestui program la Nomenclatorul domeniilor și al specializărilor/programelor de studii universitare de licență, în domeniul „Științe ale Comunicării”.

În conformitate cu Procedura de Sistem a Universității din Oradea privind inițierea, aprobarea, monitorizarea și evaluarea periodică a programelor de studii aprobate prin HS 43/30.03.2023, vă transmitem în atașament Planul de învățământ și Memoriul justificativ.

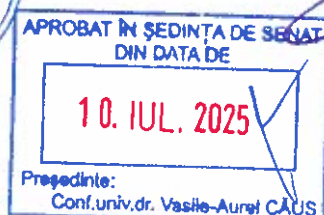
Decan IRISPSC

Prof. univ. dr. habil. Gabriel Moisa



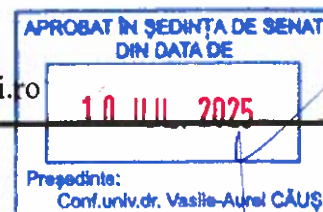
Director Departament SPSC

Prof. univ. dr. habil. Gabriela Goudenhooff





ROMÂNIA  
MINISTERUL EDUCAȚIEI NAȚIONALE  
FACULTATEA DE ISTORIE, RELAȚII INTERNAȚIONALE,  
ȘTIINȚE POLITICE ȘI ȘTIINȚELE COMUNICĂRII  
C.P. 114, Oficiul Poștal 1, Str. Universității nr. 1,  
Campus II, Oradea, Bihor,  
tel. 40 0259 408167, fax 40 0259 408443, email: secretariat@igri.ro



## MEMORIU JUSTIFICATIV

privind susținerea, programului de studiu de licență

### **Programul de studii COMUNICARE ȘI MEDIA EMERGENTE (ÎN LIMBA ENGLEZĂ)**

Facultatea de Istorie, Relații Internaționale, Științe Politice și Științele Comunicării  
Departamentul de Științe Politice și Științele Comunicării  
Universitatea din Oradea

Într-o societate aflată într-o continuă transformare digitală, tehnologiile comunicaționale evoluează rapid, influențând profund structurile sociale și economice. Comunicarea strategică este esențială în adaptarea și optimizarea politicilor publice la nivel național și internațional. Programul de licență COMUNICARE ȘI MEDIA EMERGENTE (ÎN LIMBA ENGLEZĂ) răspunde acestei realități, oferind studenților competențele necesare pentru a opera eficient în noile medii digitale și sociale.

Departamentul de Științe Politice și Științele Comunicării își asumă misiunea de a forma specialiști cu înaltă pregătire profesională și etică, capabili să gestioneze procesele de comunicare într-un mediu digitalizat, incluzând platforme precum Facebook, LinkedIn, Instagram, YouTube și Twitter. Programul propune dezvoltarea abilităților necesare pentru construirea și gestionarea imaginii organizaționale și personale, precum și elaborarea strategiilor de comunicare adaptate noilor realități tehnologice.

Principiile dezvoltării durabile, pe care trebuie să bazeze România în perioada imediat următoare sunt, printre altele:

- modernizarea accelerată a sistemelor de educație și formare profesională și de sănătate publică, ținând seama de evoluțiile demografice nefavorabile și de impactul acestora asupra pieței muncii;
- folosirea celor mai bune tehnologii disponibile, din punct de vedere economic și ecologic, în deciziile investiționale din fonduri publice pe plan național, regional și local și stimularea unor asemenea decizii din partea capitalului privat, introducerea fermă a criteriilor eco – eficiență în toate activitățile de producție sau servicii;
- necesitatea identificării unor surse suplimentare de finanțare, în condiții de sustenabilitate, pentru realizarea unor proiecte și programe de anvergură, în special în domeniile infrastructurii, energiei, protecției mediului, siguranței alimentare, educației, sănătății și serviciilor sociale.

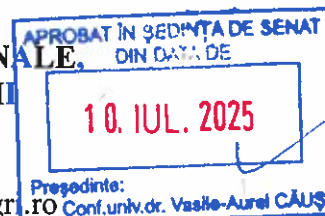
În acest context provocator, obiectivele actuale ale Departamentului sunt conturate de o serie de obiective strategice pe termen scurt, mediu și lung:

- să se ofere studenților posibilitatea de a înțelege fundamentele procesului de comunicare, de elaborare a mesajelor, în conformitate cu deontologia profesiei de jurnalist;
- cunoașterea componentelor de bază în elaborarea și difuzarea mesajelor, a tradițiilor gazetărești românești și universale, a contextului în care comunicarea de masă a devenit un element definitoriu al modernității;
- să se investigheze cauzele pentru care fluxul comunicațional este afectat din cauza operelor de dezinformare, a fake-news-ului și manipulării, într-un context multiplu ideologizat;



ROMÂNIA  
MINISTERUL EDUCAȚIEI NAȚIONALE  
FACULTATEA DE ISTORIE, RELAȚII INTERNAȚIONALE,  
ȘTIINȚE POLITICE ȘI ȘTIINȚELE COMUNICĂRII

C.P. 114, Oficiul Poștal 1, Str. Universității nr. 1,  
Campus II, Oradea, Bihor,  
tel. 40 0259 408167, fax 40 0259 408443, email: secretariat@igr.ro



- să asigure o pregătire interdisciplinară prin integrarea disciplinelor sociale (sociologie, antropologie, politologie, demografie și relații publice), dar și o componentă pragmatică în pregătirea studenților, prin cursuri de economie, finanțe publice, politici europene, cercetare și strategii de marketing, legislație, norme de organizare și modele de gestionare specifice;
- să se administreze eficient partea aplicativă, instrucția în laboratoarele multimedia, astfel încât absolvenții să fie comunicatori capabili de o muncă eficientă, la standarde înalte în domeniile new media;
- să formeze specialiști, care pot lucra în redacții ale unor instituții media diverse (presă scrisă, radio, TV, multimedia, new media), experți în sfera comunicațională, cunoscători ai celor mai bune modalități de elaborare și difuzare a informațiilor de interes public;
- să formeze specialiști capabili să utilizeze noile tehnologii de informare și comunicare, să folosească strategiile și tehnicile specifice de comunicare în procesul de relații publice, să realizeze campanii de comunicare eficiente și să promoveze organizațiile și produsele acestora;
- dezvoltarea unor abilități privind înțelegerea, analiza și implementarea tehnicilor manageriale în instituțiile media;
- dezvoltarea capacității studenților de înțelegere a principalelor cadre teoretice de analiză a deciziilor în intervențiile publice, precum și a metodelor de luare a deciziei în evaluarea politicilor și programelor publice.

În particular, misiunea programului de studii universitare de licență COMUNICARE ȘI MEDIA EMERGENTE (ÎN LIMBA ENGLEZĂ) se concretizează în:

Formarea specialiștilor capabili să analizeze și să implementeze tehnici moderne de comunicare în diverse medii digitale și tradiționale.

- Dezvoltarea competențelor necesare pentru combaterea dezinformării, fake-news-ului și manipulării în comunicarea publică.
- Pregătirea studenților pentru utilizarea tehnologiilor emergente în relațiile publice, marketing digital, jurnalism și media audiovizuală.
- Oferirea unei pregătiri interdisciplinare, prin integrarea disciplinelor din domeniile sociologiei, antropologiei, științelor politice, relațiilor publice, economiei și dreptului.
- Crearea unei rețele de colaborare cu instituțiile media, companiile private și sectorul public pentru aplicarea practică a cunoștințelor dobândite.

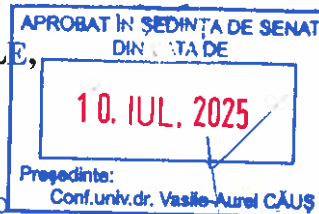
În prezent, Facultatea de Istorie, Relații Internaționale, Științe Politice și Științele Comunicării formează specialiști, atât în domenii largi, cât și în specializări cu aplicații în cele mai diverse domenii ale industriei și ale vieții cotidiene. Studiile sunt organizate în sistemul "Bologna" și cuprind toate cele 3 cicluri: licență și masterat. În prezent, Facultatea IRISPSC pregătește specialiști în următoarele domenii: Istorie, Relații Internaționale și Studii Europene, Științe Politice, Științele Comunicării.

Programul de studiu **Comunicare și Media emergente (în limba engleză)** este în conformitate cu obiectivele și misiunea departamentului și facultății, formând o specializare indisponibilă în orice facultate de profil care dorește să se ridice la nivelul standardelor europene și a cerințelor actuale ale pieței de muncă.

Acest program va funcționa în cadrul Facultății de IRISPSC, fiind coordonat de cadrele didactice care au funcții de răspundere în cadrul facultății și al Universității din Oradea și susținută de membrii tuturor departamentelor facultății. Disciplinele de specialitate sunt acoperite cu ajutorul cadrelor didactice de specialitate proprii și de la celelalte departamente din facultate respectiv universitate.



ROMÂNIA  
MINISTERUL EDUCAȚIEI NAȚIONALE  
FACULTATEA DE ISTORIE, RELAȚII INTERNAȚIONALE,  
ȘTIINȚE POLITICE ȘI ȘTIINȚELE COMUNICĂRII  
C.P. 114, Oficiul Poștal 1, Str. Universității nr. 1,  
Campus II, Oradea, Bihor,  
tel. 40 0259 408167, fax 40 0259 408443, email: secretariat@igri.ro



Programul de studiu **Comunicare și Media emergente (în limba engleză)** este conform Nomenclatorului domeniilor și al specializărilor / programelor de studii universitare de licență din domeniul Științe ale Comunicării.

Programul de studiu **Comunicare și Media emergente (în limba engleză)** se diferențiază prin conținutul curricular față de specializările existente în prezent, conform Planului de Învățământ atașat. În urma unei analize a ofertei educaționale actuale din cadrul Universității din Oradea, rezultă că programul de studii universitare de licență **CMe** nu se suprapune cu niciun alt program existent în universitate, nici din perspectiva denumirii, nici a conținutului curricular. Acesta aduce o dimensiune nouă și complementară în cadrul domeniului Științe ale Comunicării, adresându-se unei nișe emergente cu accent pe competențe digitale și comunicare strategică în limba engleză. Prin urmare, înființarea acestui program contribuie la diversificarea și internaționalizarea ofertei educaționale a universității.

Conform Planului de Învățământ și a Fișelor de Disciplină, competențele dobândite de absolvenți vor fi corespunzătoare cu misiunea și obiectivele domeniului Științe ale Comunicării – specializarea **Comunicare și Media emergente (în limba engleză)**.

Disciplinele propuse în planul de învățământ al specializării de licență urmăresc completarea și aprofundarea cunoștințelor fundamentale privind Comunicare și Media emergente (în limba engleză). În pregătirea teoretică și practică a studenților sunt prevăzute discipline care realizează conexiunea domeniului comunicării cu domeniile politologie, sociologie, jurnalism, demografie, management, etc. contribuind la dobândirea de către absolvenți a competențelor și abilităților necesare pentru a răspunde cerințelor de pe piața muncii și posibilitatea adaptării la evoluția structurală a societății românești și europene.

Cifra de școlarizare – 50 de studenți pentru anul 1 – este una realistă, piața muncii fiind una deschisă pentru specializarea oferită de programul de studiu **Comunicare și Media emergente (în limba engleză)** IF atât în Oradea, Bihor, zona de vest a țării cât și în celelalte zone. Din punct de vedere financiar se speră ca acest nou program să atragă un alt grup țintă de studenți, axați încă din liceu pe comunicare în limbi străine, unii chiar de la școlile private și internaționale din județ și din județele limtrofe, care până acum și-au îndreptat atenția spre programele din alte centre universitare.

Din punct de vedere financiar, programul beneficiază de susținabilitate datorită cadrului academic existent și a infrastructurii deja disponibile în cadrul Facultății IRISPSC, inclusiv laboratoare multimedia, e-jurnalism și săli dotate corespunzător. Cadrele didactice necesare pentru desfășurarea cursurilor sunt deja angajate ale facultății, fiind acoperite disciplinele de specialitate prin expertiza proprie sau din cadrul celorlalte departamente ale universității. Se estimează că programul va atrage un număr constant de studenți, inclusiv din rândul absolvenților liceelor cu predare în limbi străine sau din sistemul internațional, contribuind astfel la autofinanțarea sa. Acest potențial de atragere a unui segment educațional nou justifică viabilitatea economică a programului.

În urma consultărilor cu reprezentanți ai industriei media, administrației publice și companiilor private, s-a confirmat necesitatea unui astfel de program de studii, care să răspundă noilor provocări din domeniul comunicării. Programul **Comunicare și Media Emergente** este un program inovator, esențial pentru pregătirea viitoarelor generații de specialiști în domeniul comunicării digitale și media emergente.

Oradea,

Director de Departament,  
Prof. Univ.dr. habil. Gabriela Goudenhooff

# PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT

valabil începând cu anul universitar 2025-2026

## UNIVERSITATEA DIN ORADEA

**FACULTATEA DE ISTORIE, RELAȚII INTERNAȚIONALE, ȘTIINȚE POLITICE ȘI ȘTIINȚELE COMUNICĂRII**

*Programul de studii universitare de licență:* **COMUNICARE ȘI MEDIA EMERGENTE (ÎN LIMBA ENGLEZĂ)**

*Domeniul fundamental:* **ȘTIINȚE SOCIALE**

*Domeniul de licență:* **ȘTIINȚE ALE COMUNICĂRII**

*Durata studiilor / nr. de credite:* **3 ani/180 credite**

*Forma de învățământ:* **Învățământ cu frecvență (IF)**



**1. MISIUNEA PROGRAMULUI DE STUDIU / SPECIALIZĂRII COMUNICARE ȘI MEDIA EMERGENTE (ÎN LIMBA ENGLEZĂ)**

Facultatea își asumă prin structura sa organizatorică și programele de studii o misiune complexă: didactică, de cercetare și de implicare civică.

Departamentul de Științe Politice și Științele Comunicării are misiunea și responsabilitatea de a forma absolvenți de o înaltă ținută profesională și morală, specialiști cu studii superioare pentru comunicarea specifică în societatea digitalizată, pe dispozitive mobile și în noile media.

Programul de studii își propune dezvoltarea abilităților tinerilor de operare în domeniul comunicării bazată pe noile tehnologii, abilități moderne pentru a ține pasul cu o lume profesională din ce în ce mai digitală, asigurarea competențelor de a elabora strategii de comunicare, de construire a imaginii organizaționale/personale pe platforme și canale precum Facebook, LinkedIn, Instagram, Youtube, Twitter, promovarea unei oferte educaționale în sistemul de formare continuă pentru resursele umane regionale și naționale, precum și elaborarea unei strategii pentru afirmarea culturii organizaționale, a imaginii și a identității instituționale în peisajul societății informatizate. Totodată misiunea noastră este de a ne aduce o contribuție esențială la vocația europeană a învățământului românesc și de a participa activ la reconstrucția economică, socială și morală a societății românești.

**2. OBIECTIVELE PROGRAMULUI DE STUDIU / SPECIALIZĂRII COMUNICARE ȘI MEDIA EMERGENTE (ÎN LIMBA ENGLEZĂ)**

- \* pregătire temeinică teoretică, urmată de activitate practică menită să implementeze deprinderi profesionale tehnice;
- \* respectarea normelor de deontologie în domeniul comunicării, asumarea premiselor etice în munca, când mesajul este transmis în masă;
- \* familiarizarea cu tehnologiile comunicaționale curente, cu specializările din domeniul de vârf al sferei comunicaționale de masă: televiziune, internet, social media;
- \* asigurarea unei pregătiri interdisciplinară prin integrarea disciplinelor sociale, dar și o componentă pragmatică în pregătirea studenților;
- \* să se realizeze formarea studenților într-un spirit practic și de comunicare, acest demers fiind asigurat printr-o pregătire în managementul public, managementul resurselor umane, managementul activităților de logistică, comunicare, tehnici de redactare și corespondență, precum și prin oferta bogată de cursuri practice de limbi străine și informatică;
- \* să formeze buni specialiști în orice compartiment al comunicării de masă (în comunicare și relații publice, consultanți în PR instituțional, specialiști în Social Media, în marketing digital, experți în performance media, consultanți în PR online, brand manageri și directori de produs, consultanți de marketing și comunicare electorală, specialiști și consultanți în resurse umane și traineri...), în condițiile unui progres informațional accelerat;
- \* fructificarea existenței unei rețele semnificative de angajatori, atât în presa scrisă, cât și în audiovizual și media emergente;
- \* alinierea la noile tendințe din mediul comunicațional (informatizare, digitalizare, extensia mediului virtual, fake-news).

**3. COMPETENȚE CARE SE VOR DOBÂNDI DE ABSOLVENȚI LA FINALIZAREA STUDIILOR**

- C1 Utilizează diferite canale de comunicare ;
- C2 Elaborează strategii de relații publice;
- C3 Dezvoltă strategii de comunicare;
- C4 Redactează comunicate de presă
- C5 Organizează conferințe de presă
- C6 Stabilește relații cu media
- C7 Gestionează proiecte de dezvoltare de conținut

Competențe transversale:

- CT1 Evaluează în mod critic informațiile și sursele acestora ;
- CT2 Oferă feedback ;

CT3 Gândește analitic.

**4. FINALITĂȚI**

Ocupații posibile> 243206 - purtător de cuvânt, 243212 - specialist relații sociale



## UNIVERSITATEA DIN ORADEA

## FACULTATEA DE ISTORIE, RELAȚII INTERNAȚIONALE, ȘTIINȚE POLITICE ȘI ȘTIINȚELE COMUNICĂRII

Programul de studii universitare de licență: COMUNICARE ȘI MEDIA EMERGENTE (ÎN LIMBA ENGLEZĂ)

Domeniul fundamental: ȘTIINȚE SOCIALE

Domeniul de licență: ȘTIINȚE ALE COMUNICĂRII

Durata studiilor / nr. de credite: 3 ani/180 credite

Forma de învățământ: Învățământ cu frecvență (IF)

Valabil din anul univ.

2025-2026

începând cu anul I

## PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT\*\*

Anul de studiu I

| Cod      | Discipline*                  | Tip | Sem. I<br>[ore / săptămână] |           |          |          | Total ore<br>/ sem. | Felul<br>verif. | Cre-<br>dite | SI<br>[ore<br>/ sem.] | Condi-<br>ționări |
|----------|------------------------------|-----|-----------------------------|-----------|----------|----------|---------------------|-----------------|--------------|-----------------------|-------------------|
|          |                              |     | C                           | S         | L        | P        |                     |                 |              |                       |                   |
|          | <b>OBLIGATORII IMPUSE</b>    |     |                             |           |          |          |                     |                 |              |                       |                   |
| IRI-1754 | Introduction to Mass Media   | DF  | 2                           | 2         | -        | -        | 56                  | Ex              | 6            | 94                    |                   |
| IRI-1777 | Communication Theory         | DF  | 2                           | 2         | -        | -        | 56                  | Ex              | 5            | 69                    |                   |
| IRI-1768 | History of Communication     | DF  | 2                           | 2         | -        | -        | 56                  | Ex              | 5            | 69                    |                   |
| IRI-1772 | Strategic Communication      | DS  | 2                           | 2         | -        | -        | 56                  | Ex              | 6            | 94                    |                   |
| IRI-1776 | Media language               | DS  | 2                           | 2         | -        | -        | 56                  | Vp              | 5            | 69                    |                   |
|          | <b>TOTAL</b>                 |     | <b>10</b>                   | <b>10</b> | <b>-</b> | <b>-</b> | <b>280</b>          |                 | <b>27</b>    | <b>395</b>            |                   |
|          | <b>OBLIGATORII OPȚIONALE</b> |     |                             |           |          |          |                     |                 |              |                       |                   |
| IRI-1778 | English I                    | DC  | -                           | 2         | -        | -        | 28                  | Vp              | 3            | 47                    |                   |
| IRI-1782 | French I                     | DC  | -                           | 2         | -        | -        | 28                  | Vp              | 3            | 47                    |                   |
|          | <b>TOTAL</b>                 |     | <b>-</b>                    | <b>2</b>  | <b>-</b> | <b>-</b> | <b>28</b>           |                 | <b>3</b>     | <b>47</b>             |                   |
| IRI-1453 | Physical Education I         | DC  | -                           | -         | 1        | -        | 14                  | A/R             | 1            | 11                    |                   |

| Cod      | Discipline*                         | Tip | Sem. II<br>[ore / săptămână] |           |          |          | Total ore<br>/ sem. | Felul<br>verif. | Cre-<br>dite | SI<br>[ore<br>/ sem.] | Condi-<br>ționări |
|----------|-------------------------------------|-----|------------------------------|-----------|----------|----------|---------------------|-----------------|--------------|-----------------------|-------------------|
|          |                                     |     | C                            | S         | L        | P        |                     |                 |              |                       |                   |
|          | <b>OBLIGATORII IMPUSE</b>           |     |                              |           |          |          |                     |                 |              |                       |                   |
| IRI-1763 | Introduction to Public Relation     | DF  | 2                            | 2         | -        | -        | 56                  | Lx              | 5            | 69                    |                   |
| IRI-1826 | Gathering and Verifying Information | DS  | 2                            | 2         | -        | -        | 56                  | Ex              | 5            | 69                    |                   |
| IRI-1764 | Introduction to Advertising         | DF  | 2                            | 2         | -        | -        | 56                  | Ex              | 4            | 44                    |                   |
| IRI-0787 | Critical Thinking                   | DF  | 2                            | 2         | -        | -        | 56                  | Ex              | 5            | 69                    |                   |
| IRI-1774 | Digital Writing                     | DS  | 2                            | 2         | -        | -        | 56                  | Ex              | 5            | 69                    |                   |
| IRI-1395 | Practice I                          | DS  | -                            | -         | -        | -        | 40                  | Cv              | 3            | 35                    |                   |
|          | <b>TOTAL</b>                        |     | <b>10</b>                    | <b>10</b> | <b>-</b> | <b>-</b> | <b>320</b>          |                 | <b>27</b>    | <b>355</b>            |                   |
|          | <b>OBLIGATORII OPȚIONALE</b>        |     |                              |           |          |          |                     |                 |              |                       |                   |
| IRI-1779 | English II                          | DC  | -                            | 2         | -        | -        | 28                  | Vp              | 3            | 47                    |                   |
| IRI-1783 | French II                           | DC  | -                            | 2         | -        | -        | 28                  | Vp              | 3            | 47                    |                   |
|          | <b>TOTAL</b>                        |     | <b>-</b>                     | <b>2</b>  | <b>-</b> | <b>-</b> | <b>28</b>           |                 | <b>3</b>     | <b>47</b>             |                   |
| IRI-1454 | Physical Education II               | DC  | -                            | -         | 1        | -        | 14                  | A/R             | 1            | 11                    |                   |

**Legendă:** C - Curs (pentru IFR - Coordonare studiu individual); S - Seminar; L - Lucrări practice (laborator); P - Proiect; SI - Studiu Individual; DG - Disciplină Generală; DF - Disciplină Fundamentală; DS - Disciplină de Specialitate; DC - Disciplină Complementară; DD - Disciplină de Domeniu; DP - Activități Practice; DU - Opțiunea Universității; DR - Disciplină relevantă pentru pregătirea în domeniu a studenților, disponibile conform opțiunilor Universității

Felul verif. - felul verificării/forma de verificare; Ex. - examen; Cv. - colocviu; Vp. - verificare pe parcurs; Pr. - proiect; A/R - Admis/Respins; Credite - număr credite ECTS; SI - Studiu individual.



Director departament,  
Prof.univ.dr. Gabriela Goudenhooft

RECTOR,  
Prof.univ.dr.ing.habil. BUNGAU Constantin

Prof.univ.dr. Moisa Gabriel Florin

## UNIVERSITATEA DIN ORADEA

## FACULTATEA DE ISTORIE, RELAȚII INTERNAȚIONALE, ȘTIINȚE POLITICE ȘI ȘTIINȚELE COMUNICĂRII

Programul de studii universitare de licență: **COMUNICARE ȘI MEDIA EMERGENTE (ÎN LIMBA ENGLEZĂ)**Domeniul fundamental: **ȘTIINȚE SOCIALE**Domeniul de licență: **ȘTIINȚE ALE COMUNICĂRII**Durata studiilor / nr. de credite: **3 ani/180 credite**Forma de învățământ: **Învățământ cu frecvență (IF)**

Valabil din anul univ.

2025-2026

începând cu anul 1

**PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT\*\***

Anul de studiu II

| Cod      | Discipline*                                       | Tip | Sem. III<br>[ore / săptămână] |           |          |          | Total ore<br>/ sem. | Felul<br>verif. | Cre-<br>dite | SI<br>[ore<br>/ sem.] | Condi-<br>ționări |
|----------|---------------------------------------------------|-----|-------------------------------|-----------|----------|----------|---------------------|-----------------|--------------|-----------------------|-------------------|
|          |                                                   |     | C                             | S         | L        | P        |                     |                 |              |                       |                   |
|          | <b>OBLIGATORII IMPUSE</b>                         |     |                               |           |          |          |                     |                 |              |                       |                   |
| IRI-0953 | Research Methods in Social and Political Sciences | DF  | 1                             | 2         | -        | -        | 47                  | Ex              | 5            | 83                    |                   |
| IRI-1787 | Storytelling in digital media                     | DS  | 2                             | 2         | -        | -        | 56                  | Cv              | 5            | 69                    |                   |
| IRI-1671 | Ethics and integrity in scientific research       | DF  | 2                             | 2         | -        | -        | 56                  | Ex              | 5            | 69                    |                   |
| IRI-1767 | Multimedia                                        | DS  | 2                             | 2         | -        | -        | 56                  | Cv              | 5            | 69                    |                   |
| IRI-0848 | Informatics I                                     | DC  | -                             | 2         | -        | -        | 28                  | Vp              | 2            | 27                    |                   |
|          | <b>TOTAL</b>                                      |     | <b>7</b>                      | <b>10</b> | <b>-</b> | <b>-</b> | <b>238</b>          |                 | <b>22</b>    | <b>312</b>            |                   |
|          | <b>OBLIGATORII OPȚIONALE</b>                      |     |                               |           |          |          |                     |                 |              |                       |                   |
|          | PACHET 1                                          |     |                               |           |          |          |                     |                 |              |                       |                   |
| IRI-0777 | Applied English in the Business Sphere            | DS  | 1                             | 2         | -        | -        | 47                  | Ex              | 4            | 58                    |                   |
| IRI-1788 | Social media and Civic Participation              | DS  | 1                             | 2         | -        | -        | 42                  | Ex              | 4            | 58                    |                   |
|          | PACHET 2                                          |     |                               |           |          |          |                     |                 |              |                       |                   |
| IRI-1780 | English III                                       | DC  | -                             | 2         | -        | -        | 28                  | Vp              | 4            | 72                    |                   |
| IRI-1784 | French III                                        | DC  | -                             | 2         | -        | -        | 28                  | Vp              | 4            | 72                    |                   |
|          | <b>TOTAL</b>                                      |     | <b>1</b>                      | <b>4</b>  | <b>-</b> | <b>-</b> | <b>70</b>           |                 | <b>8</b>     | <b>130</b>            |                   |
|          | <b>FACULTATIVE</b>                                |     |                               |           |          |          |                     |                 |              |                       |                   |
| IRI-1805 | Content Creators for Emerging Media               | DS  | -                             | -         | 2        | -        | 28                  | Vp              | 3            | 47                    |                   |

| Cod      | Discipline*                               | Tip | Sem. IV<br>[ore / săptămână] |          |          |          | Total ore<br>/ sem. | Felul<br>verif. | Cre-<br>dite | SI<br>[ore<br>/ sem.] | Condi-<br>ționări |
|----------|-------------------------------------------|-----|------------------------------|----------|----------|----------|---------------------|-----------------|--------------|-----------------------|-------------------|
|          |                                           |     | C                            | S        | L        | P        |                     |                 |              |                       |                   |
|          | <b>OBLIGATORII IMPUSE</b>                 |     |                              |          |          |          |                     |                 |              |                       |                   |
| IRI-1796 | New Media. Digital Communication          | DS  | 2                            | 2        | -        | -        | 56                  | Ex              | 5            | 69                    |                   |
| IRI-1771 | Globalisation and digitalisation          | DS  | 1                            | 2        | -        | -        | 42                  | Ex              | 4            | 58                    |                   |
| IRI-1765 | Academic Writing                          | DS  | 1                            | 2        | -        | -        | 42                  | Vp              | 3            | 33                    |                   |
| IRI-1797 | Communication and Creative Industries     | DS  | 2                            | 2        | -        | -        | 56                  | Ex              | 5            | 69                    |                   |
| IRI-0849 | Informatics II                            | DC  | -                            | -        | 2        | -        | 28                  | Vp              | 2            | 27                    |                   |
| IRI-1396 | Practice II                               | DS  | -                            | -        | -        | -        | 50                  | Cv              | 3            | 25                    |                   |
|          | <b>TOTAL</b>                              |     | <b>6</b>                     | <b>8</b> | <b>2</b> | <b>-</b> | <b>274</b>          |                 | <b>22</b>    | <b>276</b>            |                   |
|          | <b>OBLIGATORII OPȚIONALE</b>              |     |                              |          |          |          |                     |                 |              |                       |                   |
|          | PACHET 1                                  |     |                              |          |          |          |                     |                 |              |                       |                   |
| IRI-1799 | Visual Communication on Digital Platforms | DS  | 2                            | -        | 2        | -        | 56                  | Ex              | 4            | 44                    |                   |
| IRI-1800 | Communication on Mobile Devices           | DS  | 2                            | -        | 2        | -        | 56                  | Ex              | 4            | 44                    |                   |
|          | PACHET 2                                  |     |                              |          |          |          |                     |                 |              |                       |                   |
| IRI-1781 | English IV                                | DC  | -                            | 2        | -        | -        | 28                  | Vp              | 4            | 72                    |                   |
| IRI-1785 | French IV                                 | DC  | -                            | 2        | -        | -        | 28                  | Vp              | 4            | 72                    |                   |
|          | <b>TOTAL</b>                              |     | <b>2</b>                     | <b>2</b> | <b>2</b> | <b>-</b> | <b>84</b>           |                 | <b>8</b>     | <b>116</b>            |                   |

**Legendă:** C - Curs (pentru IFR - Coordonare studii individual); S - Seminar; L - Lucrări practice (laborator); P - Proiect; SI - Studiu Individual; DG - Disciplină Generală; DF - Disciplină Fundamentală; DS - Disciplină de Specialitate; DC - Disciplină Complementară; DD - Disciplină de Domeniu; DP - Activități Practice; DU - Opțiunea Universității; DR - Disciplină relevantă pentru pregătirea în domeniu a studenților, disponibile conform opțiunilor Universității

Felul verif. - felul verificării/forma de verificare; Ex. - examen; Cv. - colocviu; Vp. - verificare pe parcurs; Pr. - proiect; A/R- Admis/Respins; Credite - număr credite ECTS; SI - Studiu individual.



Director departament,  
Prof.univ.dr. Gabriela Goudenhooft

RECTOR  
Prof.univ.dr.ing.habil. BUNGAU Constantin

Prof.univ.dr. Moisa Gabriel Florin

**UNIVERSITATEA DIN ORADEA****FACULTATEA DE ISTORIE, RELAȚII INTERNAȚIONALE, ȘTIINȚE POLITICE ȘI ȘTIINȚELE COMUNICĂRII**  
Programul de studii universitare de licență: **COMUNICARE ȘI MEDIA EMERGENTE (ÎN LIMBA ENGLEZĂ)**Domeniul fundamental: **ȘTIINȚE SOCIALE**Domeniul de licență: **ȘTIINȚE ALE COMUNICĂRII**Durata studiilor / nr. de credite: **3 ani/180 credite**Forma de învățământ: **Învățământ cu frecvență (IF)**Valabil din anul univ.  
2025-2026  
începând cu anul I**PLAN DE ÎNVĂȚĂMÂNT\*\***  
**Anul de studiu III**

| Cod      | Discipline*                            | Tip | Sem. V<br>[ore / săptămână] |          |          |          | Total ore<br>/ sem. | Felul<br>verif. | Cre-<br>dite | SI<br>[ore<br>/ sem.] | Condi-<br>ționări |
|----------|----------------------------------------|-----|-----------------------------|----------|----------|----------|---------------------|-----------------|--------------|-----------------------|-------------------|
|          |                                        |     | C                           | S        | L        | P        |                     |                 |              |                       |                   |
|          | <b>OBLIGATORII IMPUSE</b>              |     |                             |          |          |          |                     |                 |              |                       |                   |
| IRI-1775 | Consumer behavior in digital context   | DS  | 2                           | 2        | -        | -        | 56                  | Ex              | 5            | 69                    |                   |
| IRI-1770 | Deontological Ethics                   | DF  | 1                           | 2        | -        | -        | 42                  | Ex              | 5            | 83                    |                   |
| IRI-1773 | Communication Law                      | DS  | 2                           | 2        | -        | -        | 56                  | Ex              | 5            | 69                    |                   |
| IRI-1789 | Media and Political Campaign           | DS  | 2                           | 2        | -        | -        | 56                  | Ex              | 5            | 69                    |                   |
|          | <b>TOTAL</b>                           |     | <b>7</b>                    | <b>8</b> | <b>-</b> | <b>-</b> | <b>210</b>          |                 | <b>20</b>    | <b>290</b>            |                   |
|          | <b>OBLIGATORII OPȚIONALE</b>           |     |                             |          |          |          |                     |                 |              |                       |                   |
|          | <b>PACHET 1</b>                        |     |                             |          |          |          |                     |                 |              |                       |                   |
| IRI-0761 | Advertising Campaigns                  | DS  | 1                           | 2        | -        | -        | 42                  | Cv              | 5            | 83                    |                   |
| IRI-1793 | Crisis Communication                   | DS  | 1                           | 2        | -        | -        | 42                  | Cv              | 5            | 83                    |                   |
|          | <b>PACHET 2</b>                        |     |                             |          |          |          |                     |                 |              |                       |                   |
| IRI-1629 | Social Communication in English        | DS  | 2                           | 2        | -        | -        | 56                  | Cv              | 5            | 69                    |                   |
| IRI-1639 | Institutional Communication in English | DS  | 2                           | 2        | -        | -        | 56                  | Cv              | 5            | 69                    |                   |
|          | <b>TOTAL</b>                           |     | <b>3</b>                    | <b>4</b> | <b>-</b> | <b>-</b> | <b>98</b>           |                 | <b>10</b>    | <b>152</b>            |                   |

| Cod      | Discipline*                                                          | Tip | Sem. VI<br>[ore / săptămână] |          |          |          | Total ore<br>/ sem. | Felul<br>verif. | Cre-<br>dite | SI<br>[ore<br>/ sem.] | Condi-<br>ționări |
|----------|----------------------------------------------------------------------|-----|------------------------------|----------|----------|----------|---------------------|-----------------|--------------|-----------------------|-------------------|
|          |                                                                      |     | C                            | S        | L        | P        |                     |                 |              |                       |                   |
|          | <b>OBLIGATORII IMPUSE</b>                                            |     |                              |          |          |          |                     |                 |              |                       |                   |
| IRI-1766 | Semiotics                                                            | DF  | 2                            | 2        | -        | -        | 48                  | Ex              | 5            | 77                    |                   |
| IRI-1795 | Branding through Social Media                                        | DS  | 2                            | 2        | -        | -        | 48                  | Cv              | 5            | 77                    |                   |
| IRI-1792 | Media management                                                     | DS  | 2                            | 2        | -        | -        | 48                  | Ex              | 5            | 77                    |                   |
| IRI-1408 | Techniques for Drafting and Presentation of the Bachelor Degree Work | DC  | -                            | -        | 3        | -        | 36                  | Cv              | 5            | 89                    |                   |
|          | <b>TOTAL</b>                                                         |     | <b>6</b>                     | <b>6</b> | <b>3</b> | <b>-</b> | <b>180</b>          |                 | <b>20</b>    | <b>320</b>            |                   |
|          | <b>OBLIGATORII OPȚIONALE</b>                                         |     |                              |          |          |          |                     |                 |              |                       |                   |
|          | <b>PACHET 1</b>                                                      |     |                              |          |          |          |                     |                 |              |                       |                   |
| IRI-1412 | Intercultural Communication                                          | DS  | 2                            | 2        | -        | -        | 48                  | Cv              | 5            | 77                    |                   |
| IRI-1827 | Communication and Xenophobia in the Public Sphere                    | DS  | 2                            | 2        | -        | -        | 48                  | Cv              | 5            | 77                    |                   |
|          | <b>PACHET 2</b>                                                      |     |                              |          |          |          |                     |                 |              |                       |                   |
| IRI-0774 | Applied French in the Public Sphere                                  | DS  | 1                            | 2        | -        | -        | 36                  | Cv              | 5            | 89                    |                   |
| IRI-1791 | Social Effects of Emergent Media                                     | DS  | 1                            | 2        | -        | -        | 36                  | Cv              | 5            | 89                    |                   |
|          | <b>TOTAL</b>                                                         |     | <b>3</b>                     | <b>4</b> | <b>-</b> | <b>-</b> | <b>84</b>           |                 | <b>10</b>    | <b>166</b>            |                   |

**Legendă:** C - Curs (pentru IFR - Coordonare studiu individual); S - Seminar; L - Lucrări practice (laborator); P - Proiect; SI - Studiu Individual; DG - Disciplină Generală; DF - Disciplină Fundamentală; DS - Disciplină de Specialitate; DC - Disciplină Complementară; DD - Disciplină de Domeniu; DP - Activități Practice; DU - Opțiunea Universității; DR - Disciplină relevantă pentru pregătirea în domeniu a studenților, disponibile conform opțiunilor Universității

Felul verif. = felul verificării/forma de verificare; Ex. - examen; Cv. - colocviu; Vp. - verificare pe parcurs; Pr. - proiect; A/R - Admis/Respins; Credite - număr credite ECIS; SI - Studiu individual.



Director departament,  
Prof.univ.dr. Gabriela Goudonoff

RECTOR  
Prof.univ.dr.ing.habil. BUNGAU Constantin

DECANAT  
Prof.univ.dr. Năstase Gabriel Florin

**UNIVERSITATEA DIN ORADEA****FACULTATEA DE ISTORIE, RELAȚII INTERNAȚIONALE, ȘTIINȚE POLITICE ȘI ȘTIINȚELE COMUNICĂRII**  
Programul de studii universitare de licență: **COMUNICARE ȘI MEDIA EMERGENTE (ÎN LIMBA ENGLEZĂ)**Domeniul fundamental: **ȘTIINȚE SOCIALE**Domeniul de licență: **ȘTIINȚE ALE COMUNICĂRII**Durata studiilor / nr. de credite: **3 ani/180 credite**Forma de învățământ: **Învățământ cu frecvență (IF)**Valabil din anul univ.  
2025-2026  
începând cu anul I**I. CERINȚE PENTRU OBTINEREA DIPLOMEI DE LICENȚĂ**Număr credite alocate, conform legislației: **180**

- 138 credite pentru disciplinele obligatorii impuse;
- 42 credite pentru disciplinele obligatorii opționale;
- 6 credite la practică incluse în numărul celor alocate disciplinelor obligatorii de la pct.1 și pct.2,
- 10 credite pentru susținerea examenului de licență, suplimentare celor alocate disciplinelor obligatorii de la pct. 1 și pct. 2, repartizate astfel:
  - 5 credite pentru proba "Cunoștințe fundamentale și de specialitate".
  - 5 credite pentru proba "Susținerea lucrării de licență".

**II. STRUCTURA ANULUI UNIVERSITAR (în număr de săptămâni)**

| Anul     | Activități didactice |         | Sesiuni de examene |                |      |               |                 | Practică* | Vacanță |           |      |
|----------|----------------------|---------|--------------------|----------------|------|---------------|-----------------|-----------|---------|-----------|------|
|          | sem. I               | sem. II | Iarnă              | Restanțe Iarnă | Vară | Restanțe Vară | Restanțe Toamnă |           | Iarnă   | Primăvară | Vară |
| Anul I   | 14                   | 14      | 3                  | 1              | 3    | 1             | 2               | 2         | 2       | 1         | 5    |
| Anul II  | 14                   | 14      | 3                  | 1              | 3    | 1             | 2               | 2         | 2       | 1         | 5    |
| Anul III | 14                   | 12      | 3                  | 1              | 3    | 1             | 2               | 2         | 2       | 1         | 5    |

**III. NUMĂRUL ORELOR LA DISCIPLINELE OBLIGATORII (IMPUSE ȘI OPȚIONALE): 1922**

| ANUL     | SEMESTRUL I | SEMESTRUL II |
|----------|-------------|--------------|
| Anul I   | 23          | 23           |
| Anul II  | 22          | 22           |
| Anul III | 22          | 22           |

| Nr.crt. | Disciplină      | Nr ore     |            |            | Total<br>Ore | %     | Standard ARACIS<br>(min./max.) |
|---------|-----------------|------------|------------|------------|--------------|-------|--------------------------------|
|         |                 | An I       | An II      | An III     |              |       |                                |
| 1       | Fundamentale    | 336        | 98         | 90         | 524          | 27,66 | 20%/30%                        |
| 2       | De specialitate | 264        | 456        | 446        | 1166         | 61,56 | 55%/65%                        |
| 3       | Complementare   | 56         | 112        | 36         | 204          | 10,87 | 5%/15%                         |
|         | <b>Total</b>    | <b>656</b> | <b>666</b> | <b>572</b> | <b>1894</b>  |       | <b>100</b>                     |

|                                                                  |            |      |
|------------------------------------------------------------------|------------|------|
| Obligatorii                                                      | număr ore: | 1502 |
| Opționale                                                        | număr ore: | 392  |
| Practică                                                         | număr ore: | 90   |
| Facultative                                                      | număr ore: | 28   |
| <b>Report curs/aplicații</b>                                     |            |      |
| Total ore discipline obligatorii (impuse + opționale + practică) |            | 1984 |

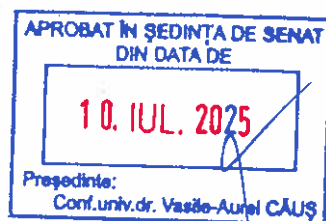


**IV. PONDEREA DISCIPLINELOR DIN CATEGORIILE OBLIGATORII (IMPUSE +OPȚIONALE) + FACULTATIVE:**

| Discipline   | Nr ore     |            |            | Total       | Ore | %          | Standard ARACIS<br>(min./max.) |
|--------------|------------|------------|------------|-------------|-----|------------|--------------------------------|
|              | An I       | An II      | An III     |             |     |            |                                |
| Obligatorii  | 600        | 512        | 390        | 1502        |     | 79,31      | 70%/80%                        |
| Opționale    | 56         | 154        | 182        | 392         |     | 20,69      | 20%/30%                        |
| Practica     | 40         | 50         |            | 90          |     | 4,82       |                                |
| <b>Total</b> | <b>656</b> | <b>666</b> | <b>572</b> | <b>1894</b> |     | <b>100</b> |                                |
| Facultative  |            | 28         |            | 28          |     | 1,47       |                                |

**V. FLEXIBILITATEA PROCESULUI EDUCAȚIONAL****VI. EXAMENUL DE FINALIZARE STUDII ( LICENȚĂ )**

1. Comunicarea temei lucrării de licență ;
2. Elaborarea lucrării de licență ;
3. Susținerea lucrării de licență ;

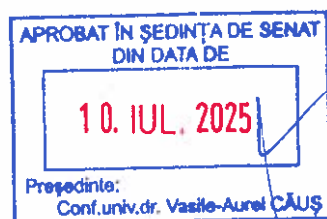
**VII. UN PUNCT DE CREDIT NECESITĂ UN TOTAL DE 25 ORE/SEMESTRU DE ACTIVITATE DIDACTICĂ ȘI INDIVIDUALĂ**

## VIII. DISTRIBUIREA CREDITELOR PE COMPETENȚE

| Nr. crt. | Disciplina **                                                        | Sem. | Număr credite | Competențe profesionale |    |    |    |    |    |    | Competențe transversale |     |     |
|----------|----------------------------------------------------------------------|------|---------------|-------------------------|----|----|----|----|----|----|-------------------------|-----|-----|
|          |                                                                      |      |               | C1                      | C2 | C3 | C4 | C5 | C6 | C7 | CT1                     | CT2 | CT3 |
| 1.       | Introduction to Mass Media                                           | I    | 6             | 1                       | 1  | 1  |    |    | 1  |    |                         | 1   | 1   |
| 2.       | Communication Theory                                                 | I    | 5             |                         | 1  |    |    | 1  | 1  |    | 1                       | 1   |     |
| 3.       | History of Communication                                             | I    | 5             | 1                       | 1  |    | 1  | 1  |    |    | 1                       |     |     |
| 4.       | Strategic Communication                                              | I    | 6             | 1                       | 1  | 1  |    | 1  |    |    | 1                       |     | 1   |
| 5.       | Media language                                                       | I    | 5             |                         | 1  | 1  |    | 1  |    |    | 1                       |     | 1   |
| 6.       | Physical Education I                                                 | I    | 1             |                         |    |    |    |    |    |    |                         | 1   |     |
| 7.       | English I                                                            | I    | 3             |                         |    | 1  |    | 1  |    |    | 1                       |     |     |
| 8.       | French I                                                             | I    | 3             |                         | 1  |    |    | 1  |    |    |                         | 1   |     |
| 9.       | Introduction to Public Relation                                      | II   | 5             |                         |    | 1  | 1  | 1  | 1  |    |                         | 1   | 1   |
| 10.      | Gathering and Verifying Information                                  | II   | 5             | 1                       | 1  |    |    | 1  | 1  |    | 1                       |     |     |
| 11.      | Introduction to Advertising                                          | II   | 4             |                         |    | 1  | 1  |    |    |    | 1                       |     | 1   |
| 12.      | Critical Thinking                                                    | II   | 5             | 1                       |    |    | 1  |    | 1  |    | 1                       | 1   |     |
| 13.      | Digital Writing                                                      | II   | 5             | 1                       |    | 1  |    |    | 1  |    | 1                       |     | 1   |
| 14.      | Practice I                                                           | II   | 3             | 1                       |    | 1  |    |    |    |    |                         | 1   |     |
| 15.      | Physical Education II                                                | II   | 1             |                         |    |    |    |    |    |    |                         | 1   |     |
| 16.      | English II                                                           | II   | 3             |                         | 1  | 1  |    |    |    |    | 1                       |     |     |
| 17.      | French II                                                            | II   | 3             |                         | 1  |    |    |    |    |    |                         | 1   | 1   |
| 18.      | Research Methods in Social and Political Sciences                    | III  | 5             |                         | 1  | 1  |    |    |    |    | 1                       | 1   | 1   |
| 19.      | Storytelling in digital media                                        | III  | 5             |                         |    | 1  |    | 1  |    |    | 1                       | 1   | 1   |
| 20.      | Ethics and integrity in scientific research                          | III  | 5             | 1                       |    | 1  |    | 1  |    |    | 1                       |     | 1   |
| 21.      | Multimedia                                                           | III  | 5             |                         | 1  |    | 1  |    | 1  |    |                         | 1   | 1   |
| 22.      | Informatics I                                                        | III  | 2             |                         |    |    |    |    |    |    | 1                       | 1   |     |
| 23.      | Applied English in the Business Sphere                               | III  | 4             |                         |    | 1  | 1  |    |    |    |                         | 1   | 1   |
| 24.      | Social media and Civic Participation                                 | III  | 4             |                         |    | 1  | 1  |    |    |    | 1                       | 1   |     |
| 25.      | English III                                                          | III  | 4             |                         |    | 1  |    |    | 1  |    | 1                       |     | 1   |
| 26.      | French III                                                           | III  | 4             |                         |    | 1  | 1  |    |    |    | 1                       |     | 1   |
| 27.      | Content Creators for Emerging Media                                  | III  | 3             |                         |    |    | 1  | 1  |    |    |                         | 1   |     |
| 28.      | New Media. Digital Communication                                     | IV   | 5             | 1                       | 1  | 1  |    |    |    |    | 1                       |     | 1   |
| 29.      | Globalisation and digitalisation                                     | IV   | 4             |                         | 1  | 1  |    | 1  |    |    | 1                       |     |     |
| 30.      | Academic Writing                                                     | IV   | 3             |                         |    |    | 1  |    |    |    |                         | 1   | 1   |
| 31.      | Communication and Creative Industries                                | IV   | 5             | 1                       |    | 1  |    | 1  | 1  |    | 1                       |     | 1   |
| 32.      | Informatics II                                                       | IV   | 2             |                         |    |    |    |    |    |    | 1                       | 1   |     |
| 33.      | Practice II                                                          | IV   | 3             |                         | 1  | 1  |    |    |    |    |                         | 1   |     |
| 34.      | Visual Communication on Digital Platforms                            | IV   | 4             |                         | 1  | 1  |    |    |    |    |                         | 1   | 1   |
| 35.      | Communication on Mobile Devices                                      | IV   | 4             |                         | 1  |    | 1  |    |    |    | 1                       |     | 1   |
| 36.      | English IV                                                           | IV   | 4             |                         | 1  |    | 1  |    |    |    | 1                       | 1   |     |
| 37.      | French IV                                                            | IV   | 4             |                         | 1  |    |    | 1  |    |    | 1                       |     | 1   |
| 38.      | Consumer behavior in digital context                                 | V    | 5             |                         | 1  |    | 1  |    | 1  |    | 1                       |     | 1   |
| 39.      | Deontological Ethics                                                 | V    | 5             | 1                       |    |    |    | 1  |    | 1  |                         | 1   | 1   |
| 40.      | Communication Law                                                    | V    | 5             |                         | 1  | 1  |    |    | 1  |    | 1                       |     | 1   |
| 41.      | Media and Political Campaign                                         | V    | 5             |                         | 1  |    | 1  | 1  | 1  |    | 1                       |     | 1   |
| 42.      | Advertising Campaigns                                                | V    | 5             |                         | 1  | 1  |    | 1  |    |    |                         | 1   | 1   |
| 43.      | Crisis Communication                                                 | V    | 5             |                         | 1  | 1  | 1  |    |    |    |                         | 1   | 1   |
| 44.      | Social Communication in English                                      | V    | 5             |                         | 1  |    |    | 1  | 1  |    |                         | 1   | 1   |
| 45.      | Institutional Communication in English                               | V    | 5             |                         | 1  |    |    |    | 1  | 1  | 1                       |     | 1   |
| 46.      | Semiotics                                                            | VI   | 5             | 1                       |    |    | 1  | 1  | 1  |    |                         | 1   |     |
| 47.      | Branding through Social Media                                        | VI   | 5             |                         |    | 1  | 1  |    | 1  |    |                         | 1   | 1   |
| 48.      | Media management                                                     | VI   | 5             | 1                       |    | 1  |    |    | 1  |    |                         | 1   | 1   |
| 49.      | Techniques for Drafting and Presentation of the Bachelor Degree Work | VI   | 5             |                         |    | 1  |    | 1  | 1  |    | 1                       |     | 1   |
| 50.      | Intercultural Communication                                          | VI   | 5             |                         |    | 1  | 1  |    | 1  |    |                         | 1   | 1   |
| 51.      | Communication and Xenophobia in the Public Sphere                    | VI   | 5             |                         | 1  |    |    | 1  |    |    | 1                       | 1   | 1   |
| 52.      | Applied French in the Public Sphere                                  | VI   | 5             |                         |    |    | 1  | 1  |    | 1  | 1                       | 1   |     |
| 53.      | Social Effects of Emergent Media                                     | VI   | 5             |                         | 1  |    | 1  |    | 2  |    | 1                       | 1   |     |

APROBAT ÎN ȘEDINȚA DE SENAT  
DIN DATA DE  
**10. IUL. 2025**  
Președinte:  
Conf.univ.dr. Vasile-Aurel CAUȘ

## GRILA 1 - "Descrierea domeniului / programului de studii prin competențe profesionale și competențe transversale"



Director departament,  
Prof.univ.dr. Gabriela Goudenhooft

RECTOR,  
Prof.univ.dr.ing.habil. BUNGAU Constantin



Prof.univ.dr. Monica Gabriela Florin