

FIȘA DISCIPLINEI PRACTICĂ¹

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Politehnica Timișoara
1.2 Facultatea ² / Departamentul ³	Științele Comunicării/Comunicare și Limbi Straine
1.3 Domeniul de studii (denumire/cod ⁴)	Științe ale Comunicării 40.30.10
1.4 Ciclul de studii /Tipul programului de master ⁵	Master / Profesional
1.5 Programul de studii (denumire/cod/calificare)	Comunicare în afaceri/40.30.10/Master

2. Date despre disciplină

2.1a Tipul de practică ⁶	Practică profesională						
2.1b Tipul de practică în limba engleză	Practical Work						
2.2 Titularul activităților de practică ⁷	Liliana CISMARIU						
2.3 Anul de studii ⁸	I	2.4 Semestrul	2	2.5 Tipul de evaluare	C	2.6 Regimul disciplinei ⁹	DF
2.7 Anul universitar ¹⁰	2025-2026	2.8. Cod disciplină	M481.25.02.F6				

3. Timpul total estimat (al activității de practică, activitate parțial asistată)

3.1 Număr de ore pe săptămână	
3.2 Total ore din planul de învățământ	56
3.3 Număr de credite	5

4. Precondiții

4.1 de curriculum	•
4.2 de rezultate ale învățării	- Efectuarea practicii într-un departament de profil al unei organizații - Efectuarea integrală a orelor de practică/semestru - Întocmirea tuturor documentelor ce constituie dosarul de practică - Întocmirea caietului de practică

5. Misiunea disciplinei Practică și condiții de desfășurare¹¹

5.1 Misiune	Activitatea de practică constituie o parte integrantă din procesul de învățământ. Rolul stagiilor de practică constă în familiarizarea studenților masteranzi cu principiile și modalitățile de lucru în instituții. Stagiile de practică au menirea de a îmbina 5.1 Misiune sfera educațională și cea profesională. Printr-o serie de acțiuni pe care le presupune programul stagiilor de practică, studenții masteranzi trebuie să parcurgă etapele necesare în vederea atingerii unui înalt grad de profesionalism, prevăzut de programul de studii
5.2 Condiții de desfășurare a practicii	Alocarea studenților masteranzi pe locuri de practică se face, de regulă, prin depunere de aplicații, după reguli stabilite la nivelul facultății, împreună cu companiile în care se efectuează stagiile de practică. Informarea studenților despre locurile de practică disponibile este sarcina responsabililor de practică. Pentru finalizarea activității de practică, studentul va prezenta un dosar de practică în format electronic sau tipărit, conform solicitărilor facultății. La sfârșitul perioadei de practică, dosarul de practică va fi prezentat tutorelui desemnat din partea companiei, în baza convenției stabilite, pentru a face o apreciere finală asupra activității desfășurate, conform unei fișe de evaluare stabilite de facultate și de a propune un calificativ.

6. Rezultatele învățării¹² la formarea cărora contribuie disciplina potrivit misiunii

Cunoștințe	C1. Definește și diferențiază conceptele de branding, reputație publică și management al imaginii • C3. Identifică și descrie canalele de comunicare și caracteristicile lor; evaluează avantajele fiecărui canal pentru audiențe diverse.
------------	---

	• C5. Generează și planifică etapele unei strategii de comunicare la nivel organizațional, folosind metodele de analiză a publicului și stabilire a obiectivelor de comunicare • C10. Dezvoltă strategii de marketing digital specifice platformelor de comunicare socială și identifică instrumentele digitale asociate acestor strategii • C14. Enumeră diferite tehnici de comunicare interpersonală și de grup și le utilizează eficient în funcție de context • C19. Evaluează standardele, politicile și procedurile interne și explică de ce conformarea este esențială în activitatea profesională
Abilități	A1. Aplică metode de analiză a imaginii publice a unei organizații și propune soluții de consolidare a acesteia; • A3. Folosește în mod adecvat canalele de comunicare potrivite mesajului și publicului țintă, integrând atât mijloacele clasice, cât și pe cele moderne, pentru a transmite eficient informația; • A5. Aplică strategii de comunicare coerente, adaptate situației și contextului de afaceri, ajustând tactici de comunicare în funcție de publicul-țintă și de obiectivele urmărite; • A10. Implementează campanii de comunicare pe rețelele sociale, adaptând conținutul și tonul mesajelor la fiecare platformă și la publicul țintă, urmărind atingerea obiectivelor de marketing stabilite • A14. Folosește în mod fluent și adecvat tehnicile de comunicare potrivite situației, asigurându-se că mesajul este clar, bine structurat și că atinge impactul dorit asupra receptorilor • A19. Aplică standardele și politicile companiei în toate acțiunile de comunicare și în comportamentul profesional, asigurând conformitatea cu așteptările organizației
Responsabilitate și autonomie	• RA1. Oferă consiliere și implementează procese și soluții strategice privind gestionarea imaginii publice și branding; • RA3. Respectă și operaționalizează procese și soluții strategice privind utilizarea canalelor de comunicare corporate și digitale; • RA5. Demonstrează și asigură procese și soluții privind dezvoltarea strategiilor de comunicare organizațională • RA10. Implementează procese și soluții privind strategiile de marketing digital și social media • RA14. Asigură și monitorizează procese și soluții strategice privind tehnicile de comunicare în organizații • RA19. Respectă și exercită procese și soluții strategice privind respectarea standardelor companiei

7. Obiectivele disciplinei (asociate rezultatelor învățării specifice de la punctul 6)

Dezvoltarea competențelor și cunoștințelor în vederea comunicării eficiente și eficace în contexte profesionale de afaceri • Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării în mediul de afaceri; • Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare în organizații • Asistență de specialitate în gestionarea comunicării în domeniul afacerilor •

8. Tematica practicii și activități¹³

8.1 Tematica practicii	
8.2 Tipuri de activități	8.3 Durată
1. Activitatea efectivă în instituția în care se desfășoară stagiul de practică 2. Observarea modului de organizare a unui birou/serviciu de comunicare în afaceri 3. Participarea la campanii de promovare (publicitare, de lansare, de imagine, de colectare de fonduri, etc) 4. Observarea relației cu mass media locală; monitorizează procese și soluții strategice privind tehnicile de comunicare în organizație 5. Participarea la redactarea mesajelor scrise și audio vizuale ale instituției 6. Participarea la medierea comunicării în limbi străine cu organizațiile internaționale	

9. Sarcinile studentului¹⁴

Studentii masteranzi se vor încadra în activitate conform orarului convenit și vor realiza activitățile stabilite. Pentru finalizarea activității de practică, studentul va prezenta un dosar de practică în format tipărit, conform solicitărilor facultății

10. Evaluare

10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Ponderea criteriului în nota finală
Cantitatea informațiilor asimilate; (convenția și caietul de practică)	Verificarea documentelor (convenția și caietul de practică)	50% Verificarea documentelor
Calitatea și profunzimea practică a cunoștințelor acumulate. Un calendar pe zile în care vor fi consemnate toate activitățile efectuate. Raport detaliat cu descrierea activităților prestate	Discuții cu studentul asupra activității desfășurate. Activitatea desfășurată conform Caietului de practică. Evaluarea activității desfășurate de către studentul masterand în perioada stagiului de practică de către supervisorul din partea instituției	50% Cantitatea informațiilor asimilate
Evaluarea competențelor dobândite pe parcursul stagiului de practică	Colocviu	
10.4 Standard minim de performanță (cerințele minim necesare pentru promovarea disciplinei și modul în care se verifică îndeplinirea¹⁵ lor)		
- Pentru a obține un calificativ minim de promovare studentul masterand trebuie să prezinte cele două documente specificate: Convenția de practică completată și parafată de către firmă/ adeverință de la locul de muncă și Caietul de practică. - Calificativul propus de tutorele de practică trebuie să fie pozitiv - Gestionarea sarcinilor profesionale alocate în timpul practicii și executarea acestora la termen; respectarea normelor de etică specifice domeniului științelor comunicării; - Aplicarea tehnicilor de relaționare în echipă; asumarea de roluri specifice în cadrul muncii în echipă - Elaborarea raportului de stagiul conform instrucțiunilor conținute în ghidul de practică		

Data avizării în Consiliul Facultății¹⁶

Data completării

**Decan
(semnătura)**

**Director de Departament
(semnătura)**

**Titular activități la practică
(semnătura)**

Prof. univ. dr. Daniel Codruț
DEJICA-CARTIȘ

Prof. univ. dr. Vasile GHERHEȘ

Lect. univ. dr. Liliana CISMARIU