

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Internațională Danubius
1.2 Facultatea	de Comunicare și Relații Internaționale
1.3 Departamentul	de Științe ale Comunicării
1.4 Domeniul de studii	Științe ale Comunicării
1.5 Ciclu de studii ¹	Licență
1.6 Programul de studii	Comunicare și Relații Publice
1.7 Forma de învățământ	Invatamant la distanță
1.8 Anul universitar	2024-2025

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	INTRODUCERE ÎN PUBLICITATE ȘI ANALIZA DISCURSULUI PUBLICITAR						
2.2 Coordonator de disciplină	Conferențiar univ. dr. Fănel Teodorașcu						
2.3 Tutore	Asist. univ. dr. Mirela Curcă						
2.4 Anul de studiu	III	2.5 Semestrul	II	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei ²	Obl.

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.2 S.I.	28	3.3 AT	8	3.4 TC	20	3.5 AA	-
3.6 Distribuția fondului de timp pentru studiu individual suplimentar									ore
Studiul individual după manual, suport de curs, bibliografie și notițe									30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate și pe teren									27
Pregătire activități aplicative asistate, laboratoare, teme, referate, portofolii, teste și eseuri									24
Examinări									3
Alte activități									10
3.7 Total ore de studiu individual suplimentar									94
3.8 Total ore pe semestru									150
3.9 Numărul de credite									6

4. Precondiții (acolo unde este cazul) (Se menționează disciplinele care trebuie studiate anterior.)

4.1 de curriculum	Nu este cazul.
4.2 de competențe	Nu este cazul.

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a SI	• Conexiune internet
5.2 de desfășurare a AT	• Sală dotată cu videoproiector și acces la Internet și echipament de predare multimedia
5.3 de desfășurare a TC	• Conexiune internet

6. Competențe specifice acumulate (Vizează competențele asigurate de programul de studiu din care face parte disciplina.)

Competențe profesionale	C.1.1. Definirea principalelor concepte specifice domeniului, utilizarea lor și a terminologiei de specialitate în situații multiple. C1.2 Explicarea conceptuală a problemelor de specialitate din domeniu. Cunoștințe - dobândirea cunoștințele necesare elaborării și susținerii publice a unei lucrări de licență, cu caracter aplicativ, pe o temă din domeniul studiat. Abilități - explicarea diferitelor tipuri de mesaje publicitare; - utilizarea diferitelor metode de analiză (non)verbală pentru diferite reclame; - utilizarea metodelor de analiză specifice campaniilor de publicitate. Atitudini - înțelegerea și respectarea valorilor altor persoane sau culturi.
-------------------------	---

¹ licență, masterat, doctorat

² obligatorie, opțională, facultativă

Competențe transversale	C.T.1. Rezolvarea în mod realist – cu argumentare atât teoretică, cât și practică – a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora. C.T.2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă într-o echipă multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice.
-------------------------	--

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Disciplina <i>Introducere în publicitate și analiza discursului publicitar</i> are ca obiectiv general formarea unei atitudini științifice cu privire la aportul publicității în cadrul unei organizații, înțelegerea strategiilor publicitare și a etapelor creației publicitare.
7.2 Obiectivele specifice	- însușirea noilor concepte: reclamă, brand, logo, consumator, planificare strategică etc.; - cunoașterea diferitelor tipuri de teorii în publicitate, campanii în publicitate; - explicarea critică a diferitelor tipuri de mesaje publicitare; - utilizarea metodelor de analiză (non)verbală pentru diferite reclame; - analiza unui plan al unei campanii de publicitate pentru un produs sau serviciu.

8. Conținuturi

8.1 SI	Nr.ore	Metode de predare	Observații
UNITATEA I: Probleme terminologice: <i>publicitate</i> și <i>reclamă</i> & Concepte și distincții de bază în publicitate	7	- Se vor utiliza cărți/materiale didactice aflate în posesia studenților, cursuri PowerPoint, format pdf sau Web Links, cu acces pe platforma electronică de învățământ <i>Danubius Online</i> .	- Va fi utilizat echipamentul de predare multimedia.
UNITATEA II: Pagini din istoria publicității	7		
UNITATEA III: Tehnici de creație publicitară	7		
UNITATEA IV: Hermeneutica discursului publicitar & Exemple de reclame vizuale comentate	7		
8.2 AT	Nr.ore		
AT 1 - Concepte și distincții de bază în publicitate	4 ore		
AT 2 - Hermeneutica discursului publicitar	4 ore		
8.3 TC	Nr.ore		
T.1 – <i>Explicați termenii publicitate și reclamă.</i>	10 ore		
T.2 – <i>Interpretați imaginea publicitară dată.</i>	10 ore		

Bibliografie minimală de studiu pentru studenți:

- *Suportul de curs* de pe platforma e-learning *Danubius online*;
- Munteanu, Cristinel & Teodorașcu, Fănel (2020), *Introducere în publicitate și analiza discursului publicitar. Note de curs*, Galați: Editura Universitară Danubius;
- Balaban, Delia Cristina (2009): *Publicitatea. De la planificarea strategică la implementarea media*, Iași: Editura Polirom;
- Cmeciu, Camelia (2010): *Introducere în publicitate și reclamă*, Galați: Editura Universitară Danubius;
- Duduciuc, Alina; Ivan, Loredana & Stănescu, Dan Florin (2016): *Comunicare și percepție socială*, București: comunicare.ro;
- Macaria, Iulia (2022): *Particularități socioculturale și lingvistice ale mesajului publicitar: Franța și România 1919-1939. Repere teoretice*, București: Tritonic;
- Petcu, Marian (coordonator) (2015): *Studii și cercetări de istorie a publicității*, București: Editura Tritonic;
- Petre, Dan, Nicola, Mihaela (2009): *Introducere în publicitate*, editia a II-a, București: comunicare.ro;
- Popescu, Costin (2005): *Publicitatea: o estetică a persuasiunii*, București: Editura Universității din București;
- Preda, Sorin (2011): *Introducere în creativitatea publicitară*, Iași: Editura Polirom.

*

- <https://www.iqads.ro>;
- www.academia.edu.

Bibliografie selectivă de elaborare a suportului de studiu:

- Philippe Breton, *Manipularea cuvântului*, Traducere de Livia Iacob, Cuvânt înainte de Camelia Grădinaru, Editura Institutul European, Iași, 2006.
- Asa Briggs, Peter Burke, *Mass-media. O istorie socială. De la Gutenberg la Internet*, Traducere de Constantin Lucian și Ioana Luca, Editura Polirom, Iași, 2005.
- Alexandru Ciorănescu, *Dicționarul etimologic al limbii române*, Ediție îngrijită și traducere din limba spaniolă de Teodora Șandru Mehedinți și Magdalena Popescu Marin, Editura Saeculum I.O., București, 2001.
- Cristina Coman, *Relațiile publice și mass-media*, Editura Polirom, Iași, 2000.
- Eugenio Coseriu, *Principios de semántica estructural*, Editorial Gredos, Madrid, 1977.
- Eugen Coșeriu, *Prelegeri și conferințe (1992-1993)*, ca supliment al publicației „Anuar de lingvistică și istorie

literară”, T. XXXIII, 1992-1993, Seria A, Lingvistică, Iași, 1994.

- *Lingvistica integrală* [1993], Interviu cu Eugeniu Coșeriu, realizat de Nicolae Saramandu, Editura Fundației Culturale Române, București, 1996.
- Eugeniu Coșeriu, *Lecții de lingvistică generală*, Traducere din spaniolă de Eugenia Bojoga, Cuvânt înainte de Mircea Borcilă, Editura Arc, Chișinău, 2000.
- Eugeniu Coșeriu, *Istoria filozofiei limbajului. De la începuturi până la Rousseau*, Versiune românească și indice de Eugen Munteanu și Mădălina Ungureanu, Cu o prefață la ediția românească de Eugen Munteanu, Editura Humanitas, București, 2011.
- Eugeniu Coșeriu, *Lingvistica textului. O introducere în hermeneutica sensului*, Ediție îngrijită de Jörn Albrecht, Versiune românească și index de Eugen Munteanu și Ana-Maria Prisacaru, Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza” din Iași, 2013.
- Vasile Sebastian Dâncu, *Comunicarea simbolică. Arhitectura discursului publicitar*, Ediția a II-a revizuită, Editura Eikon, Cluj-Napoca, 2009.
- Joseph R. Dominick, *Ipostazele comunicării de masă. Media în era digitală*, Traducere de Mihai Mănăstireanu, Ana-Valentina Florescu, Aura Bărică, Prefață de Alina Bârgăoanu, Editura Comunicare.ro, București, 2009.
- Stelian Dumitrăcel, *Pînă-n pînzele albe. [Dicționar de expresii românești] Biografii – motivații*, Ediția a II-a, revăzută și augmentată, Editura Institutul European, Iași, 2001.
- Stelian Dumitrăcel, *Limbajul publicistic din perspectiva stilurilor funcționale*, Editura Institutul European, Iași, 2006.
- Gheorghe Guțu, *Dicționar latin – român*, Ediția a II-a revăzută și adăugită, Editura Humanitas, București, 2003.
- Alex Mucchielli, Jean-Antoine Corbalan, Valérie Ferrandez, *Teoria proceselor de comunicare*, Editura Institutul European, Iași, 2006.
- Cristinel Munteanu, *Lingvistica integrală coșeriană. Teorie, aplicații și interviuri*, Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza”, Iași, 2012.
- Cristinel Munteanu, *Frazeologie românească. Formare și funcționare*, Editura Institutul European, Iași, 2013.
- James O’Loghlin, *Innovation is a State of Mind. Simple Strategies to Be More Innovative in What You Do*, John Wiley & Sons Australia Ltd, 2016.
- Marian Petcu, *Istoria jurnalismului și a publicității în România*, Editura Polirom, Iași, 2007.
- Tobias Peucer, *De relationibus novellis/Despre relatările jurnalistice* [1690], prologul editorului, studiu introductiv și postfață de Cristinel Munteanu, text latin stabilit, versiune românească și note de Cristian Bejan, Ed. „Independența Economică”, Pitești, 2008.
- Dorin Popa, *Comunicare și publicitate*, Editura Tritonic, București, 2005.
- Sorin Preda, *Introducere în creativitatea publicitară*, Editura Polirom, Iași, 2011.
- Adriana Maria Robu, *Discursul publicitar din perspectivă pragmatolingvistică*, Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza”, Iași, 2015.
- Teodorașcu, Fănel, *Abuzul de tipar și mistificarea adevărului – aspecte din istoria publicității românești interbelice*, în Petcu, Marian (coordonator) (2015), *Studii și cercetări de istorie a publicității*, București: Editura Tritonic;
- Teodorașcu, Fănel, *Promovarea ziarelor interbelice (eșecul ziarului Calendarul)*, în Boldea, Iulian (Editor) (2014), *Globalization and Intercultural Dialogue. Multidisciplinary Perspectives*, Tîrgu-Mureș: Arhipelag XXI Press.

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

- Participarea la identificarea și promovarea acțiunilor și valorilor comunității.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Evaluare finală	Se evaluează răspunsurile	Examen scris	60%
10.5 TC	Se evaluează răspunsurile	Evaluare continuă/Teme de control	40%
10.7 Standard minim de performanță			
• cunoașterea în proporție de 50% a informației transmise.			

Data completării:

Data avizării în departament

Semnătura coordonatorului de disciplină
Conf. univ. dr. Fănel Teodorașcu
Semnătura directorului de departament

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Internațională Danubius
1.2 Facultatea /	Comunicare și Relații Internaționale
1.3 Departamentul	Științe ale Comunicării
1.4 Domeniul de studii	Științe ale Comunicării
1.5 Ciclu de studii ¹	Licență
1.6 Programul de studii	Comunicare și Relații Publice
1.7 Forma de învățământ	Învățământ la Distanță
1.8 Anul universitar	2024-2025

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	PRODUCȚIE PUBLICITARĂ ONLINE						
2.2 Coordonator de disciplină	Lector univ. dr. Gheorghe PANFILOIU						
2.3 Tutori	Lector univ. dr. Gheorghe PANFILOIU						
2.4 Anul de studiu	I	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei ²	Obl.

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.2 A.I.	28	3.3 AT	8	3.4 TC	20	3.5 AA	-
3.6 Distribuția fondului de timp pentru studiu individual suplimentar									ore
Studiul individual după manual, suport de curs, bibliografie și notițe									30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate și pe teren									19
Pregătire activități aplicative asistate, laboratoare, teme, referate, portofolii, teste și eseuri									10
Examinări									5
Alte activități									5
3.7 Total ore de studiu individual suplimentar									69
3.8 Total ore pe semestru									125
3.9 Numărul de credite									5

4. Precondiții (acolo unde este cazul) (Se menționează disciplinele care trebuie studiate anterior.)

4.1 de curriculum	Elaborarea unui produs de relații publice cu ajutorul calculatorului
4.2 de competențe	Digitale minime(navigare Internet, redactare texte)

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a AI	• Conexiune internet
5.2 de desfășurare a AT	• Sală dotată cu calculatoare și conexiune internet

6. Competențe specifice acumulate (Vizează competențele asigurate de programul de studiu din care face parte disciplina.)

Competențe profesionale	C1.1 Definirea principalelor concepte specifice domeniului, utilizarea lor și a terminologiei de specialitate în situații multiple. C1.3 Aplicarea principiilor deontologice și a normelor etice care stau la baza organizării și funcționării activităților specifice domeniului de specialitate, descrierea modului de organizare a profesiei și a valorilor acesteia. C1.4 Aplicarea legislației naționale și europene privind liberul acces la informație, proprietatea intelectuală, drepturile de autor, copyright-ul etc.) în procesul comunicării profesionalizate și în activitățile de informare-documentare. C2.2 Identificarea particularităților utilizării specializate a diverselor tipuri media în comunicare. C2.3 Utilizarea tehnologiilor adecvate în realizarea și comunicarea profesionalizată a diverselor produse de informare, cu respectarea dreptului publicului de a fi informat corect. C3.4 Identificarea și utilizarea unor tehnici și indicatori relevanți pentru monitorizarea și evaluarea proceselor de comunicare. C3.5 Elaborarea unui plan de comunicare eficientă în situații definite de comunicare publică. C4.4 Validarea programelor și produselor de RP prin tehnici de evaluare specifice.
--------------------------------	--

¹ licență, masterat, doctorat

² obligatorie, opțională, facultativă

Competențe transversale	CT2. - Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipă multidisciplinară corespunzătoare diverselor paliere ierarhice CT3. - Autoevaluarea obiectivă a nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptabilității la cerințele pieței muncii
--------------------------------	--

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Însușirea noțiunilor și cuvintelor cheie din domeniul tehnologiei informației aplicate în domeniul realizării producției publicitare online și măsurarea succesului obținut.
7.2 Obiectivele specifice	- Dobândirea abilităților de utilizare a noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC), inclusiv a <i>new media</i>; - Formarea abilității studenților de a opera cu instrumente informatice de tip editoare de texte, editoare grafice, ș.a., în vederea realizării de produse de publicitate online complexe; - Formarea abilității studenților de a opera cu software de realizare produse de publicitate online relativ simple, dar uzuale în același timp; - Aplicarea ideii creative în elementele specifice mediului online, având în vedere obiectivele specifice campaniei publicitare.

8. Conținuturi

8.1 AI (Activități de autoinstruire, pe baza resurselor de învățare specifice ID)	Nr.ore	Metode de predare	Observații
Tema nr. 1 Structura unui site. Crearea unui site în mod grafic, cu ajutorul unor site-uri specializate.	8 ore	Citit suportul de curs de pe platforma, parcurs exercitiile prezentate, alte tutoriale de pe Internet	Suportul de studiu este postat pe Platforma de e-Learning Sakai
Tema nr. 2 Introducere. Termeni tehnici specifici publicității online	2 ore		
Tema nr. 3 Tipuri de reclama pe internet și sisteme de plata (CPC, CPM, CPA)	2 ore		
Tema nr. 4 Reclame platite prin ad network și Facebook ads. Licitație la click.	2 ore		
Tema nr. 5 Poziții optime ale reclamei pe website. Studii de vizualizare a paginii (eyetracking).	2 ore		
Tema nr. 6 Retenția utilizatorului pe website	2 ore		
Tema nr. 7 Social media și blogging	2 ore		
Tema nr. 8 Google Ads – Search Network	2 ore		
Tema nr. 9 Google Ads – Display Network și True View Ads.	2 ore		
Tema nr. 10 Search engine optimization	2 ore		
Tema nr. 11 Sponsored ads contra SEO	2 ore		
8.2 AT (online sincron în sistem video-conferință pe Platforma de eLearning)	Nr.ore 8	Metode de predare	Observații
AT1 Intrebari referitoare la temele 1-2	4	Demonstrații și exerciții	
AT2 Intrebari referitoare la temele 3-11	4	Demonstrații și exerciții	
8.3 TC și evaluare pe parcurs (online asincron pe Platforma de eLearning)	Nr.ore 20		
TC1 Creare site	10	Corectare erori depistate în produsele elaborate	
TC2 Referat privind analiza unor site-uri	10		

Bibliografie minimală de studiu pentru studenți

1. Gheorghe Panfiloiu, Răileanu Alina Beatrice, Ariton Viorel, Postolache Florin, Bazele informaticii, Ed. Universitară Danubius Galați, ISBN 978-606-533-080-1, 2010
2. Rosenkrans, G. The creativeness and efectiveness of online interactive rich media advertising, Journal of Interactive Advertising, 2009
3. Jansen, B. J., Liu, Z., and Simon, Z. (2013) The Effect of Ad Rank on Performance of Keyword Advertising Campaigns. Journal of the American Society for Information Science and Technology, 64(10), 2115-2132.
4. Zhang, L, Jansen, B. J., Mattia, A. S. (2012) *A Branding Model for Web SearchEngines*. International Journal of Internet Marketing and Advertising. 7(3), 195 –216.
5. Zhang, M., Jansen, B. J., and Chowdhury, A. (2011) *Influence of Business Engagement in Online Word-of-mouth Communication on Twitter: A Path Analysis*. Electronic Markets: The International Journal on Networked Business. 21(3), 161-175.

Bibliografie de elaborare a suportului de studiu

1. Ariton V., Fundamente ale tehnologiei informației și comunicațiilor, Editura Didactică și Pedagogică, București, 2004
2. Search Engine Optimization Starter Guide, by Google, 2019.
3. Coveney, David. Interconnectit Wordpress User guide. 2018.
4. <https://fspac.ubbcluj.ro/dcrpp>
5. Nielsen, J. How long do users stay on webpages? Nielsen-Norman Group, 2011

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

Cunoștințele de creare a campaniilor online se cer în anunțurile de angajare ale multor companii de relații publice sau publicitate. O mare parte din activitatea de PR a companiilor s-a mutat în mediul virtual. De asemenea, disciplina abordează concepte importante pentru comunitatea epistemică.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Evaluare finală	Se evaluează răspunsurile	Test grilă / online	20%
10.5 TC	Se evaluează conținutul temelor	Evaluare continut comparativ cu cerinte, aranjare în pagină, originalitate	60%(30% pentru fiecare temă)
10.6 AT	Se evaluează răspunsurile la întrebări	Aprecieri conținut răspuns, apreciere originalitate	20%
10.7 Standard minim de performanță			
cunoașterea în proporție de 50% a informației transmise;			

Data completării

 Semnătura coordonatorului de disciplină
 Lector univ. dr. PANFILOIU Gheorghe

 Data avizării în
 departament 2

 Semnătura directorului de
 departament

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Internațională Danubius
1.2 Facultatea	de Comunicare și Relații Internaționale
1.3 Departamentul	de Științe ale Comunicării
1.4 Domeniul de studii	Științe ale Comunicării
1.5 Ciclul de studii ¹	Licență
1.6 Programul de studii	Comunicare și Relații Publice
1.7 Forma de învățământ	Învățământ la distanță
1.8 Anul universitar	2024-2025

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	COMUNICAREA CU PRESA						
2.2 Coordonator de disciplină	Conferențiar univ. dr. Fănel Teodorașcu						
2.3 Tutori	Conferențiar univ. dr. Fănel Teodorașcu						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	II	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei ²	Op.

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.2 S.I.	28	3.3 AT	8	3.4 TC	20	3.5 AA	-
3.6 Distribuția fondului de timp pentru studiu individual suplimentar									ore
Studiul individual după manual, suport de curs, bibliografie și notițe									30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate și pe teren									30
Pregătire activități aplicative asistate, laboratoare, teme, referate, portofolii, teste și eseuri									20
Examinări									4
Alte activități									10
3.7 Total ore de studiu individual suplimentar									94
3.8 Total ore pe semestru									150
3.9 Numărul de credite									6

4. Precondiții (acolo unde este cazul) (Se menționează disciplinele care trebuie studiate anterior.)

4.1 de curriculum	Nu este cazul.
4.2 de competențe	Nu este cazul.

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a SI	• Conexiune internet
5.2 de desfășurare a AT	• Sală dotată cu videoproiector și acces la Internet și echipament de predare multimedia
5.3 de desfășurare a TC	• Conexiune internet

6. Competențe specifice acumulate (Vizează competențele asigurate de programul de studiu din care face parte disciplina.)

Competențe profesionale	C.1.1. Definirea principalelor concepte specifice domeniului, utilizarea lor și a terminologiei de specialitate în situații multiple. C.2.1. Identificarea și înțelegerea teoriilor cu privire la gestiunea informațiilor, comunicarea mediatică, sistemele media, dinamica acestora și la efectele comunicării mediatice. C.2.2. Identificarea particularităților utilizării specializate a diverselor tipuri media în comunicare. Cunoștințe - dobândirea cunoștințele necesare elaborării și susținerii publice a unei lucrări de licență, cu caracter aplicativ, pe o temă din domeniul studiat. Abilități - comunicarea cu mass-media, în special cu presa; - punerea în practică a principiilor de funcționare ale comunicării cu presa; Atitudini - asumarea sarcinilor ce-i revin specialistului în comunicarea cu presa.
--------------------------------	---

¹ licență, masterat, doctorat

² obligatorie, opțională, facultativă

Competențe transversale	C.T.1. Rezolvarea în mod realist - cu argumentare atât teoretică, cât și practică - a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora. C.T.2. Promovarea unei atitudini profesioniste, bazată pe competență, ca principiu de bază în formarea purtătorului de cuvânt.
--------------------------------	---

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Disciplina <i>Comunicarea cu presa</i> vizează formarea competențelor de comunicare ale studenților în domeniul relaționării unei instituții cu presa.
7.2 Obiectivele specifice	- comunicarea eficientă cu diferite segmente ale presei; - redactarea de materiale specifice purtătorului de cuvânt; - organizarea de evenimente specifice profesiei de relaționist.

8. Conținuturi

8.1 SI	Nr.ore	Metode de predare	Observații
UNITATEA I: RELAȚIILE PUBLICE	7 ore	- Se vor utiliza cărți/materiale didactice aflate în posesia studenților, cursuri PowerPoint, format pdf sau Web Links, cu acces pe platforma electronică de învățământ <i>Danubius Online</i> .	- Va fi utilizat echipamentul de predare multimedia.
1.1. Definiții			
UNITATEA II: DESPRE JURNALISM	7 ore		
2.1. Câteva elemente de istorie a presei din România			
2.2. Serviciile unei instituții de presă			
2.3. Practicianul de PR și sistemul de informare publică			
UNITATEA III: DEPARTAMENTELE DE RELAȚII PUBLICE	7 ore		
3.1. Specialistul în relații publice			
3.2. Departamentele de PR			
3.3. Biroul de presă			
3.4. Purtătorul de cuvânt			
3.5. Situații nedorite			
UNITATEA IV: TACTICI DE COMUNICARE	7 ore		
4.1. Comunicatul de presă			
4.2. Materialele factice și consultanța media situațiilor de criză			
4.3. Scrisoarea de solicitare			
4.4. Dosarul de presă			
4.5. Discuțiile față în față			
4.6. Conferința de presă			
4.7. Interviu			
8.2 AT	Nr.ore		
AT 1 - Relațiile Publice & Presa	4 ore		
AT 2 - Tehnici de Comunicare	4 ore		
8.3 TC	Nr.ore		
T.1 –	10 ore		
1. Realizează un eseu de 1000-1500 de cuvinte despre modul în care este percepută instituția purtătorului de cuvânt în România.			
2. Comentează fragmentul următor: „Alegerea purtătorului de cuvânt este importantă și pentru că el va trebui să reprezinte, în ochii publicului, calitățile organizației.”			
T.2 –	10 ore		
1. Realizează un scurt eseu pornind de la fragmentul următor:			
„Un bun practician de relații publice știe care este munca unui jurnalist aproape la fel de bine ca un jurnalist și este atent și plin de considerație față de jurnaliști.”			

2. Enumeră și explică pașii pe care un specialist în PR trebuie să-i urmeze atunci când pregătește un interviu.			
Bibliografie minimală de studiu pentru studenți: - Fănel Teodorașcu, <i>Comunicarea cu presa. Note de curs</i>, Galați, Editura Zigotto, 2015; - Blythe, Jim, <i>100 idei geniale de Relații Publice</i>, București, Editura Adevărul, 2011; - Doug Newsom, Judy VanSlyke Turk, Dean Kruckeberg, <i>Totul despre relațiile publice</i>, Iași, Polirom, 2010; - Fănel Teodorașcu, <i>Gazetărie și literatură. Studii</i>, Iași, Editura „Institutul European”, 2021; - Fănel Teodorașcu, <i>Prin lentila deformatoare a presei. Studii despre „literatura efemeră”</i>, Iași, Editura „Institutul European”, 2020; - George David, <i>Tehnici de relații publice. Comunicarea cu mass-media</i>, Polirom, 2008; - Joe Marconi, <i>Ghid practic de relații publice</i>, Polirom, 2007; - Leonard Saffir, <i>PR cu buget restrâns. Strategii rentabile, necostisitoare sau gratuite, prin care să ieși în evidență</i>, Editura Brandbuilders, 2008. * - BCU Cluj – bibliotecă digitală; - BCU Iași – bibliotecă digitală; - Biblioteca Digitală a Bucureștilor; http://pr-romania.ro; www.academia.edu.			
Bibliografie selectivă de elaborare a suportului de studiu: - Blythe, Jim, <i>100 idei geniale de Relații Publice</i>, Editura Adevărul, 2011; - Ciachir, Dan, <i>În lumea presei interbelice</i>, Editura Timpul, 2008; - Cutlip, Scott M., Center, Allen H., Broom, Glen M., <i>Relații publice eficiente</i>, Ediția a 9-a, Editura Comunicare.ro, 2010; - David, George, <i>Tehnici de relații publice. Comunicarea cu mass-media</i>, Editura Polirom, 2008; - Davis, Anthony, <i>Tot ce trebuie să știi despre PR</i>, Editura Publica, 2008; - Dinu, M., <i>Comunicarea</i>, Editura Algos, 2008; - Leinemann, Ralf, Baikaltseva, Elena, <i>Eficiența în relațiile publice</i>, Editura Comunicare.ro, 2007; - Marconi, Joe, <i>Ghid practic de relații publice</i>, Traducere de Camelia Cmeciu, Editura Polirom, 2007; - Newsom, Doug, VanSlyke Turk, Judy, Kruckeberg, Dean, <i>Totul despre relațiile publice</i>, Editura Polirom, 2010; - Pânișoară, Ion Ovidiu, <i>Comunicarea eficientă</i>, Editura Polirom, 2008; - Petcu, Marian, <i>Istoria jurnalismului și a publicității în România</i>, Editura Polirom, 2007; - Popescu, L. G., <i>Comunicarea în administrația publică</i>, Editura Economică, 2007; - Roșca, Luminița, <i>Formarea identității profesionale a jurnaliștilor</i>, Editura Tritonic, 2010; - Saffir, Leonard, <i>PR cu buget restrâns. Strategii rentabile, necostisitoare sau gratuite, prin care să ieși în evidență</i>, Editura Brandbuilders, 2008; - Săftoiu, Adriana, <i>Vocile puterii. De vorbă cu purtătorii de cuvânt</i>, Editura Trei, 2007; - Wilcox, Dennis L., Cameron, Glen T., Ault, Phillip H., Agee, Warren K., <i>Relații publice. Strategii și tactici</i>, Editura Curtea Veche Publishing, 2009.			

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

Participarea la identificarea și promovarea acțiunilor și valorilor comunității.
--

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Evaluare finală	Se evaluează răspunsurile	Examen scris	60%
10.5 TC	Se evaluează răspunsurile	Evaluare continuă/Teme de control	40%
10.7 Standard minim de performanță			
cunoașterea în proporție de 50% a informației transmise.			

Data completării

Semnătura coordonatorului de disciplină
Conf. univ. dr. Fănel Teodorașcu

Data avizării în departament

Semnătura directorului de departament

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Internațională Danubius
1.2 Facultatea /	Facultatea de Comunicare și Relații Internaționale
1.3 Departamentul	Științe ale Comunicării
1.4 Domeniul de studii	Științe ale Comunicării
1.5 Ciclul de studii ¹	Licență
1.6 Programul de studii	Comunicare și Relații Publice
1.7 Forma de învățământ	Învățământ la Distanță
1.8 Anul universitar	2024-2025

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	COMUNICARE INTERNĂ						
2.2 Coordonator de disciplină	Lect. univ. dr. FLORENTINA POPA						
2.3 Tutori	Lect. univ. dr. FLORENTINA POPA						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	II	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei ²	Obț.

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.2 S.I.	30	3.3 AT	4	3.4 TC	10	3.5 AA	-
3.6 Distribuția fondului de timp pentru studiu individual suplimentar									ore
Studiu individual după manual, suport de curs, bibliografie și notițe									35
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate și pe teren									12
Pregătire activități aplicative asistate, laboratoare, teme, referate, portofolii, teste și eseuri									10
Examinări									2
Alte activități									10
3.7 Total ore de studiu individual suplimentar	(3.8-3.1) = 69								
3.8 Total ore pe semestru	ECTS*25= 125ore								
3.9 Numărul de credite	5								

4. Precondiții (acolo unde este cazul) (Se menționează disciplinele care trebuie studiate anterior.)

4.1 de curriculum	- Introducere în științele comunicării - Introducere în relații publice - Comunicare de criză
4.2 de competențe	Utilizarea adecvată a conceptelor, teoriilor, paradigmatelor și metodologiilor din domeniul comunicării și relațiilor publice

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a SI	Conexiune internet, platforma e-learning Danubius online
5.2 de desfășurare a AT	Sală dotată cu videoproiector și acces la Internet și echipament de predare multimedia, laptop, platforma e-learning Danubius online,
5.3 de desfășurare a TC	Conexiune internet
5.2 de desfășurare a AA	Sală dotată cu calculatoare și conexiune internet

¹ licență, masterat, doctorat

² obligatorie, opțională, facultativă

6. Competențe specifice acumulate (Vizează competențele asigurate de programul de studiu din care face parte disciplina.)

Competențe profesionale	C1.1 Definirea principalelor concepte specifice domeniului, utilizarea lor și a terminologiei de specialitate în situații multiple. C1.2 Explicarea conceptuală a situațiilor de comunicare și a problemelor de specialitate din domeniu. C2.1 Identificarea particularităților utilizării specializate a diverselor tipuri media în comunicare. C4.1 Explicarea și interpretarea unui eveniment de RP din perspectiva planificării lui strategice. C5.2 Utilizarea instrumentarului retoric, argumentativ și semiotic pentru înlăturarea unor disfuncționalități în comunicare și/sau mediere. Cunoștințe - Cunoașterea și înțelegerea de către studenți a importanței și rolului culturii organizaționale și a comunicării interne performante. - Identificarea, selectarea și utilizarea modalităților de previzionare, organizare, coordonare, antrenare și control-evaluare în comunicarea internă. - Identificarea, analiza și gestionarea elementelor care definesc mediul intern și extern al organizației. - Identificarea factorilor care intervin în eficiența comunicării organizaționale. Abilități - Dezvoltarea abilităților de analiză critic-constructivă a situațiilor, teoriilor, modelelor și metodelor de comunicare internă cu scopul dezvoltării unor abordări creative în formularea de soluții. - Formarea deprinderilor, abilităților și competențelor de comunicare și negociere eficientă. - Deprinderea abilităților de redactare a unor documente de bază din comunicarea organizațională Atitudini - Încurajarea colaborării și interacțiunii cu colegii. - Cultivarea unei atitudini pozitive și responsabile față de persoanele cu care interacționează. - Înțelegerea și respectarea valorilor persoanelor, respectiv a organizației. - Asumarea și respectarea regulilor de organizare internă și a fișei postului.
Competențe transversale	CT1 Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice..

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Disciplina Comunicare internă are ca obiectiv general cunoașterea de către cursanți a rolului culturii organizaționale în viața unei organizații și a modalităților și tehnicilor de organizare a fluxurilor de comunicare (de toate tipurile) în interiorul organizației.
7.2 Obiectivele specifice	Cunoașterea specificului instituțional și a celui organizațional; Cunoașterea conceptelor, teoriilor și metodologiilor utilizate în analiza comunicării interne; - Gestionarea comunicării de criză și medierea conflictelor de comunicare; - Utilizarea tehnicilor corecte pentru înlăturarea unor disfuncționalități în comunicare.

8. Conținuturi

8.1 SI	Nr.ore	Metode de predare	Observații
1. Comunicarea internă în organizații 1.1 Specificul comunicării interne în organizații. 1.2 Metode de studiu în comunicarea internă 1.3 Rețele de comunicare 1.4 Modalități și canale de comunicare internă	8 ore		
2. Identitate și Cultură organizațională 2.1 Identitate organizațională. - Elementele mixului identității organizaționale - Instrumente pentru construirea identității organizaționale	14 ore		

2.2 Cultura organizațională. - Elemente ale culturii organizaționale - Valori individuale - valori organizaționale – valori naționale - Modele de culturi organizaționale 2.3 Brandul de angajator. Importanța relației dintre comunicarea internă și cultura organizațională.			
3. Relații publice interne 3.1 Identificarea tipurilor de public intern. Planuri de comunicare internă. 3.2 Campanii de comunicare internă 3.3 Comunicarea internă în situații de criză	10 ore		
8.2 AT	Nr.ore		
Comunicare internă, identitate și cultură organizațională	2 ore		
Relații publice interne. Bariere în comunicarea internă	2 ore		
8.3 TC	Nr.ore		
Test de verificare	2 ore		
Temă – Identitate și cultură organizațională în organizația în care lucrați.	2 ore		
8.4 AA	Nr.ore		
Bibliografie minimală de studiu pentru studenți - Suport de studiu disponibil pe platforma Sakai - Bock, Laszlo, 2017, <i>Work Rules</i>, Editura Publica, București. - Cismaru, Diana-Maria, 2009, <i>Comunicarea internă în organizații</i>, Editura Tritonic, București. - Constantinescu, Dumitru, Girboveanu, Sorina Raula, 2021, <i>Comunicare organizațională</i>, Editura PRO UNIVERSITARIA, București. - Dalio, Ray, 2018, <i>Principii</i>, Editura ACT și POLITON, București. - David, Daniel, 2015, <i>Psihologia poporului român</i>, Editura Polirom, Iași. - Dygert, Charles et alții, 2006, <i>Managementul culturii organizaționale. Pași spre succes</i>, Polirom, Iași. - Goleman, Daniel ș.al., 2018, <i>Inteligența emoțională în LEADERSHIP</i>, Editura Curtea veche, București. - Hofstede, Geert et al., 2012, <i>Culturi și organizații. Softul mental</i>, Editura Humanitas, București. - Dumitrascu, Vadim, 2016, <i>Liderii. Arhetipuri și roluri organizaționale. Leadership și cultură organizațională</i>, Editura Universitară, București. - Libaert, Thierry, 2009, <i>Planul de comunicare. Cum să-ți definești și să-ți organizezi strategia de comunicare</i>, Editura Polirom, Iași. - Mucchielli, Alex, 2008, <i>Comunicarea în instituții și organizații</i>, Editura Polirom, Iași. - Newsom, Doug et alii, 2010, <i>Totul despre relații publice</i>, ediția a II-a, Polirom, Iași. - Oliver, Sandra, 2009, <i>Strategii de relații publice</i>, Polirom, Iași. - Pease, Allan et alții, 2011, <i>Limbajul trupului în mediul de afaceri</i>, Curtea Veche, București. - Senge, Peter, 2012, <i>A cincea disciplină. Artă și practica organizațiilor care învață</i>, Editura Business Tech International. - Revista de psihologie organizațională, 2018, Editura Polirom, Iași. - Wilson, Jerry, 2010, <i>151 de idei eficiente pentru motivarea angajaților. Cum să-i formezi și să-i păstrezi pe cei mai buni</i>, Editura Polirom, Iași.			
Bibliografie de elaborare a suportului de studiu - Bock, Laszlo, 2017, <i>Work Rules</i>, Editura Publica, București. - Chavert, Shelle Rose, 2016, <i>Cuvintele care schimbă minți</i>, Editura Amaltea, București. - Cismaru, Diana-Maria, 2009, <i>Comunicarea internă în organizații</i>, Editura Tritonic, București. - Collins, Tantum, et. alții., 2016, <i>Echipa de echipe</i>, Editura Publica, București. - Constantinescu, Dumitru, Girboveanu, Sorina Raula, 2021, <i>Comunicare organizațională</i>, Editura PRO UNIVERSITARIA, București. - Dalio, Ray, 2018, <i>Principii</i>, Editura ACT și POLITON, București. - Dygert, Charles et alții, 2006, <i>Managementul culturii organizaționale. Pași spre succes</i>, Polirom, Iași. - Goleman, Daniel ș.al., 2018, <i>Inteligența emoțională în LEADERSHIP</i>, Editura Curtea veche, București. - Libaert, Thierry, 2009, <i>Planul de comunicare. Cum să-ți definești și să-ți organizezi strategia de comunicare</i>, Editura Polirom, Iași.			

- Mucchielli, Alex, 2008, *Comunicarea în instituții și organizații*, Editura Polirom, Iași.
- Newsom, Doug et alii, 2010, *Totul despre relații publice*, ediția a II-a, Polirom, Iași.
- Oancea, Dana editor coordonator, 2017, *The Golden Book of Romanian Public Relations. 15 ani de practică și reperele unei industrii*, București.
- Oliver, Sandra, 2009, *Strategii de relații publice*, Polirom, Iași.
- Pease, Allan et alții, 2011, *Limbajul trupului în mediul de afaceri*, Curtea Veche, București.
- Tracy, Brian, 2018, *Controlează-ți timpul ca să-ți controlezi viața*, Editura LITERA, București.
- Wilcox, Dennis L. et alii, 2009, *Relații publice: strategii și tactici*, Editura Curtea Veche Publishing, București.
- Revista de psihologie organizațională, 2018, Editura Polirom, Iași.
- Wilson, Jerry, 2010, *151 de idei eficiente pentru motivarea angajaților. Cum să-i formezi și să-i păstrezi pe cei mai buni*, Editura Polirom, Iași.
- Revista de psihologie organizațională, 2018, Editura Polirom, Iași.

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

- Conținuturile științifice ale temelor propuse în cadrul acestei discipline sunt în concordanță cu cele din alte centre universitare și cu rezultatele recente ale cercetării științifice în domeniul comunicării și culturii organizaționale.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Evaluare finală	Se evaluează capacitatea de înțelegere, analiză și sinteză	Examen scris Examen oral	30% 30%
10.5 TC	Se evaluează răspunsurile	Evaluare continuă/Teme de control	40%
10.6 AA	Se evaluează conținutul proiectului și răspunsurile la întrebări		-
10.7 Standard minim de performanță			
• cunoașterea în proporție de 50% a informației transmise;			

Data completării

Semnătura coordonatorului de disciplină

Data avizării în departament

Semnătura Director Departament

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Internațională Danubius
1.2 Facultatea /	Facultatea de Comunicare și Relații Internaționale
1.3 Departamentul	Științe ale Comunicării
1.4 Domeniul de studii	Științe ale Comunicării
1.5 Ciclul de studii ¹	Licență
1.6 Programul de studii	Comunicare și Relații Publice
1.7 Forma de învățământ	Învățământ la Distanță
1.8 Anul universitar	2024-2025

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	RELAȚII PUBLICE SECTORIALE						
2.2 Titularul activităților de curs	Lect. univ. dr. Daniela Tănase Popa						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. univ. dr. Daniela Tănase Popa						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei ²	Obl.

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.2 S.I.	28	3.3 AT	8	3.4 TC	20	3.5 AA	-
3.6 Distribuția fondului de timp pentru studiu individual suplimentar									ore
Studiul individual după manual, suport de curs, bibliografie și notițe									25
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate și pe teren									20
Pregătire activități aplicative asistate, laboratoare, teme, referate, portofolii, teste și eseuri									35
Examinări									2
Alte activități									12
3.7 Total ore de studiu individual suplimentar									94
3.8 Total ore pe semestru									150
3.9 Numărul de credite									6

4. Precondiții (acolo unde este cazul) (Se menționează disciplinele care trebuie studiate anterior.)

4.1 de curriculum	Introducere în relații publice, Comunicare de criză, Comunicare internă, Multimedia.
4.2 de competențe	C1. Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării C2.3 Utilizarea tehnologiilor adecvate în realizarea și comunicarea profesionalizată a diverselor produse de informare, cu respectarea dreptului publicului de a fi informat corect. C3.2 Tratarea comunicării și a publicului / audienței din perspectiva unor parametri specifici domeniului. C4.2 Explicarea și interpretarea unui eveniment de RP din perspectiva planificării lui strategice.

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a AI	• Conexiune internet
5.2 de desfășurare a AT	• Sală dotată cu videoproiector și acces la Internet și echipament de predare multimedia
5.3 de desfășurare a TC	• Conexiune internet
5.2 de desfășurare a AA	• Sală dotată cu calculatoare și conexiune internet

6. Competențe specifice acumulate (Vizează competențele asigurate de programul de studiu din care face parte disciplina.)

¹ licență, masterat, doctorat

² obligatorie, opțională, facultativă

Competențe profesionale	C1.4 Aplicarea legislației naționale și europene privind liberul acces la informație, proprietatea intelectuală, drepturile de autor, copyright-ul etc.) în procesul comunicării profesionalizate și în activitățile de informare-documentare. C1.5 Elaboarea unor proiecte de investigație și intervenție în domeniul de specialitate. C2.3 Utilizarea tehnologiilor adecvate în realizarea și comunicarea profesionalizată a diverselor produse de informare, cu respectarea dreptului publicului de a fi informat corect. C2.4 Utilizarea unor criterii și metode standard de evaluare a calității și limitelor folosirii diverselor tehnologii în cadrul unor acte concrete de informare și comunicare. C2.5 Realizarea de portofolii cu privire la dimensiunea mediatică a unui act de informare și/sau comunicare profesionalizată. C3.2 Tratarea comunicării și a publicului / audienței din perspectiva unor parametri specifici domeniului. C4.2 Explicarea și interpretarea unui eveniment de RP din perspectiva planificării lui strategice.
Competențe transversale	Nu este cazul

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Disciplina <i>Relații publice sectoriale</i> are ca obiectiv general înțelegerea și aplicarea corectă a strategiilor și tehnicilor de relații publice în diferite sectoare de activitate din domeniul public și privat.
7.2 Obiectivele specifice	- cunoașterea particularităților relațiilor publice în diferite sectoare de activitate; - aplicarea elementelor esențiale ale domeniului: publicuri, strategii, tactici, campanii; - utilizarea adecvată a noțiunilor specifice relațiilor publice în sectorul public și privat.

8. Conținuturi

8.1 AI (Activități de autoinstruire, pe baza resurselor de învățare specifice ID)	Nr.ore	Metode de predare	Observații
RELAȚIILE PUBLICE ÎN SECTORUL PUBLIC 1.1. Particularități ale relațiilor publice în sectorul de stat 1.2. Instituțiile publice-definiții, clasificări, domenii de activitate 1.3. Publicurile instituțiilor publice. Clasificări, categorii. Particularități: persoana fizică, persoana juridică. Funcționarul public vs. contribuabilul. 1.4. Instituțiile publice – valori promovate, discurs și promovare 1.5. Cunoașterea produselor și serviciilor furnizate 1.6. Strategii și tactici personalizate. Campanii de relații publice	7	Studiul individual, studiul comparativ, referatul, analiza unor texte, documentarea, joc de rol, studiul de caz, metoda activității pe grupe, dezbaterile, materiale audio-video	Suportul de studiu este postat pe Platforma de e-Learning Sakai
RESPONSABILITĂȚILE COMUNICĂRII INSTITUȚIONALE 2.1. Instituțiile publice și liberul acces la informațiile de interes public. Dreptul la informație 2.2. Libertatea de exprimare 2.3. Dreptul la imagine 2.4. Dreptul la demnitate 2.5. Dreptul la replică și la rectificare 2.6. PR Guvernamental – strategii 2.7. Branding-ul de țară	7		
RELAȚIILE PUBLICE ÎN SECTORUL NON-PROFIT 3.1. Particularități ale relațiilor publice în sectorul non-profit 3.2. Relațiile publice în ONG-uri. Definiții, clasificări și domenii de activitate 3.3. Publicurile în ONG-uri. Clasificări și categorii. Voluntarii și voluntariatul 3.4. ONG-urile - valori promovate, discurs și promovare 3.5. Strategii și tactici personalizate. Campanii de relații publice 3.6. Mediul legislativ, Lobby și Advocacy 3.7. Relațiile publice în sectorul politic. Partide politice. Discurs și	7		

comunicare politică. Abordări ale diplomației			
RELAȚIILE PUBLICE ÎN SECTORUL PRIVAT	7		
4.1. Particularități ale relațiilor publice în sectorul corporativ.			
4.2. Sectorul corporativ privat pentru profit - definiții, clasificări, domenii de activitate.			
4.3. Publicurile în sectorul privat. Clasificări, categorii. Particularități: persoana fizică, persoana juridică.			
4.4. Sectorul privat – valori promovate, discurs și promovare, cultura organizațională.			
4.5. Cunoașterea produselor și serviciilor furnizate.			
4.6. Comunicarea cu instituțiile statului.			
4.7. Strategii și tactici personalizate. Campanii de relații publice.			
4.8. Relațiile publice în sectorul financiar-bancar și comunicarea financiară			
4.9. Relațiile publice în domeniul serviciilor, transporturilor și turismului			
4.10. Relațiile publice și resursele umane: <i>Employers brand</i>			
4.11. Gestionarea crizelor în sectorul privat: conflicte interne (conflicte de muncă, relația cu sindicatele) și externe.			
8.2 AT (online sincron în sistem video-conferință pe Platforma de eLearning)	Nr.ore		
AT1 Relațiile publice în sectorul public. Responsabilitățile comunicării instituționale.	4 ore		
AT2 Relațiile publice în sectorul non-profit. Relațiile publice în sectorul privat.	4 ore		
8.3 TC și evaluare pe parcurs (online asincron pe Platformă de eLearning)	Nr.ore		
Tema de control 1: Rezolvarea unei teme pe platforma de e-learning	10 ore		
Tema de control 2: Rezolvarea unei teme pe platforma de e-learning	10 ore		
8.4 AA	Nr.ore		
Bibliografie minimală de studiu pentru studenți - Suport de studiu disponibil pe platforma Sakai - Balaban, Delia, Rus, Flaviu, Călin (coord.), 2007, <i>PR Trend</i>, Tritonic, București. - Balaban, Delia, Abrudan, Mirela, 2008, <i>Tendințe în PR & publicitate</i>, Tritonic, București. - Coman, Cristina, 2009, <i>Relații publice: modele teoretice și studii de caz</i>, Editura Universității din București, București. - Newsom, Doug et alii, 2010, <i>Totul despre relații publice</i>, ediția a II-a, Polirom, Iași. - Oliver, Sandra, 2009, <i>Strategii de relații publice</i>, Polirom, Iași. - Rus, Flaviu-Călin, 2009, <i>Campanii și strategii de PR</i>, Institutul European, Iași. - Wilcox, Dennis L. et alii, 2009, <i>Relații publice : strategii și tactici</i>, Editura Curtea Veche Publishing, București. - Leinemann, Ralf; Baikalteva, Elena 2007, <i>Eficiența în Relații Publice</i>, Editura Comunicare .ro. - Balaban, Delia, Hosu, Ioan (coord.), 2009, <i>PR Trend Societate și Comunicare</i>, Tritonic, București. - Rogojinaru, Adela; Wolstenholme (coord), 2009, <i>Current trends in international public relations</i>, Tritonic, București. - Rogojinaru, Adela, 2009, <i>Comunicare și cultură organizațională: idei și practici în actualitate</i>, Tritonic, București. - Cismaru, Diana Maria, 2008, <i>Comunicarea internă în organizații</i>, Tritonic, București. - Oancea Dana (coord.), 2017, <i>The Golden Book of Romanian Public Relations</i>, Forum for International Communication, București. - Aronson, Mery, Spetner, Don, Ames, Carol, <i>Ghidul redactării în relațiile publice</i>, AMSTA PUBLISHING, 2008 - McNair, Brian, <i>Introducere în comunicarea politică</i>, Editura Polirom, Iasi, 2007 - David, George, <i>Tehnici de relații publice – comunicarea cu mass-media</i>, Iași, Polirom, 2008. - Rogojinaru, Adela, <i>Comunicare și cultură organizațională. Idei și practice în actualitate</i>, Tritonic, 2009. - Mardare, Gabriel, Floria, Florinela, <i>Comunicarea cu presa</i>, Bacău, Alma Mater, 2011 - Cismaru, Diana, <i>Managementul reputației în mediul online</i>, Editura Tritonic, București, 2015. - Stanyer, James, <i>Comunicarea politica moderna</i>, CA Publishing, Cluj-Napoca, 2010. - Ciobotă, Gheorghe, <i>Marketing - relații publice</i>, Editura Pro Universitaria, București, 2013. - Petrovici, Amalia, <i>Crearea și organizarea de evenimente</i>, Editura Alma Mater, Bacău, 2012. - Schäfer-Mehdi, Stephan, <i>Organizarea evenimentelor</i>, Editura All, București, 2008. - Stănculescu, Gabriela, <i>Managementul operațiunilor în turismul de evenimente</i>, Editura ASE, București, 2010. - Trevisani, Daniele, <i>Psihologia marketingului și a comunicării</i>, Editura Irecson, București, 2007. - Curtin, Patricia A., Gaither, Kenn, <i>Relații publice internaționale</i>, București, Editura Curtea Veche, 2008. - Alain Joannes, <i>Comunicarea prin imagini</i>, Editura Polirom, Iași, 2009.			

- Alex Mucchielli, *Comunicarea în instituții și organizații*, Editura Polirom, Iași, 2008.
- Max Sutherland și Alice, K. Szlvester, *De la publicitate la consumator. Ce „merge”, ce „nu merge” și mai ales de ce*, Editura Polirom, Iași, 2008.
- Amălăncei, Brîndușa-Mariana, *Retorica și pragmatica discursului publicitar*, Performantica, Iași, 2010.
- Baci, Eugenia, *Limbajul publicitar în domeniul politic*, Editura Universitară, București, 2012.
- Rus, Flaviu-Călin, 2009, *Campanii și strategii de PR*, Institutul European, Iași.
- Aronson, Merry, Spetner, Don, Ames, Carol, *Ghidul redactării în relații publice*, București: Amsta Publishing, 2008.
- Mardare, Gabriel, Floria, Florinela, *Redactarea materialelor de relații publice*, Bacău, Alma Mater, 2011.
- David, George, *Tehnici de relații publice – comunicarea cu mass-media*, Iași: Polirom, 2008.
- Marconi, Joe, *Ghid practic de relații publice*, Iași: Ed. Polirom, 2007.
- Fronlich Karl, Lovric Daniela, *Relații publice*, Editura ALL, București, 2010.
- Frunză Sandu, *Comunicare etică și responsabilitate socială*, Editura Tritonic, București, 2011.
- Hilliard Robert L., *Redactarea materialelor pentru televiziune, radio și noile media*, Collegium Polirom, București, 2013.
- Radu Raluca-Nicoleta, *Deontologia comunicării publice*, Collegium Polirom, București, 2015.
- Tohaneanu Cecilia, *Abordări ale eticii comunicării în relațiile publice*, Editura Universitară, București, 2015.
- Cismaru, Diana, *Managementul reputației în mediul online*, Editura Tritonic, București, 2015.
- Stanyer, James, *Comunicarea politică modernă*, CA Publishing, Cluj-Napoca, 2010.
- Ciobotă, Gheorghe, *Marketing - relații publice*, Editura Pro Universitaria, București, 2013.
- Petrovici, Amalia, *Crearea și organizarea de evenimente*, Editura Alma Mater, Bacău, 2012.
- Baci, Eugenia, *Limbajul publicitar în domeniul politic*, Editura Universitară, București, 2012.
- Oancea Dana (coord.), 2017, *The Golden Book of Romanian Public Relations*, Forum for International Communication, București.

Bibliografie de elaborare a suportului de studiu

- Balaban, Delia, Rus, Flaviu, Călin (coord.), 2007, *PR Trend*, Tritonic, București.
- Balaban, Delia, Abrudan, Mirela, 2008, *Tendențe în PR & publicitate*, Tritonic, București.
- Coman, Cristina, 2009, *Relații publice: modele teoretice și studii de caz*, Editura Universității din București, București.
- Cmeciu, Camelia, 2009, *Introducere în relații publice*, Editura Edusoft, Bacău.
- Dagenais, Bernard, 2002, *Profesia de relaționist*, Polirom, Iași.
- Newsom, Doug et alii, 2010, *Totul despre relații publice*, ediția a II-a, Polirom, Iași.
- Oliver, Sandra, 2009, *Strategii de relații publice*, Polirom, Iași.
- Pricopie, Remus, 2005, *Relațiile publice – evoluție și perspective*, Tritonic, București.
- Ries, Al & Ries, Laura, 2005, *Căderea Advertisingului și ascensiunea PR-ului*, Brandbuilders Grup, București.
- Rus, Flaviu-Călin, 2009, *Campanii și strategii de PR*, Institutul European, Iași.
- Wilcox, Dennis L. et alii, 2009, *Relații publice : strategii și tactici*, Editura Curtea Veche Publishing, București.
- Leinemann, Ralf; Baikalteva, Elena 2007, *Eficiența în Relații Publice*, Editura Comunicare .ro.
- Balaban, Delia, Hosu, Ioan (coord.), 2009, *PR Trend Societate și Comunicare*, Tritonic, București.
- Rogojinaru, Adela; Wolstenholme (coord), 2009, *Current trends in international public relations*, Tritonic, București.
- Rogojinaru, Adela, 2009, *Comunicare și cultură organizațională: idei și practici în actualitate*, Tritonic, București.
- Cismaru, Diana Maria, 2008, *Comunicarea internă în organizații*, Tritonic, București.
- Aronson, Mery, Spetner, Don, Ames, Carol, *Ghidul redactării în relațiile publice*, AMSTA PUBLISHING, 2008
- McNair, Brian, *Introducere în comunicarea politică*, Editura Polirom, Iași, 2007
- David, George, *Tehnici de relații publice – comunicarea cu mass-media*, Iași, Polirom, 2008.
- Rogojinaru, Adela, *Comunicare și cultură organizațională. Idei și practici în actualitate*, Tritonic, 2009.
- Mardare, Gabriel, Floria, Florinela, *Comunicarea cu presa*, Bacău, Alma Mater, 2011
- Cismaru, Diana, *Managementul reputației în mediul online*, Editura Tritonic, București, 2015.
- Stanyer, James, *Comunicarea politică modernă*, CA Publishing, Cluj-Napoca, 2010.
- Ciobotă, Gheorghe, *Marketing - relații publice*, Editura Pro Universitaria, București, 2013.
- Petrovici, Amalia, *Crearea și organizarea de evenimente*, Editura Alma Mater, Bacău, 2012.
- Schäfer-Mehdi, Stephan, *Organizarea evenimentelor*, Editura All, București, 2008.
- Stănculescu, Gabriela, *Managementul operațiunilor în turismul de evenimente*, Editura ASE, București, 2010.
- Trevisani, Daniele, *Psihologia marketingului și a comunicării*, Editura Irecson, București, 2007.
- Curtin, Patricia A., Gaither, Kenn, *Relații publice internaționale*, București, Editura Curtea Veche, 2008.
- Alain Joannes, *Comunicarea prin imagini*, Editura Polirom, Iași, 2009.
- Alex Mucchielli, *Comunicarea în instituții și organizații*, Editura Polirom, Iași, 2008.
- Max Sutherland și Alice, K. Szlvester, *De la publicitate la consumator. Ce „merge”, ce „nu merge” și mai ales de ce*, Editura Polirom, Iași, 2008.
- Adam, Jean-Michel, Bonhomme, Marc, *Argumentarea publicitară*, Institutul European, Iași, 2005.
- Amălăncei, Brîndușa-Mariana, *Retorica și pragmatica discursului publicitar*, Performantica, Iași, 2010.
- Baci, Eugenia, *Limbajul publicitar în domeniul politic*, Editura Universitară, București, 2012.
- Rus, Flaviu-Călin, 2009, *Campanii și strategii de PR*, Institutul European, Iași.

- Aronson, Merry, Spetner, Don, Ames, Carol, *Ghidul redactării în relații publice*, București: Amsta Publishing, 2008.
- Mardare, Gabriel, Floria, Florinela, *Redactarea materialelor de relații publice*, Bacău, Alma Mater, 2011.
- David, George, *Tehnici de relații publice – comunicarea cu mass-media*, Iași: Polirom, 2008.
- Marconi, Joe, *Ghid practic de relații publice*, Iași: Ed. Polirom, 2007.
- Treadwell, Donald, Treadwell, Jill, *Student Workbook for Public relations Writing – Principles in Practice*, London: Sage Publications, 2005.
- Fronlich Karl, Lovric Daniela, *Relații publice*, Editura ALL, București, 2010.
- Frunză Sandu, *Comunicare etică și responsabilitate socială*, Editura Tritonic, București, 2011.
- Hilliard Robert L., *Redactarea materialelor pentru televiziune, radio și noile media*, Collegium Polirom, București, 2013.
- Radu Raluca-Nicoleta, *Deontologia comunicării publice*, Collegium Polirom, București, 2015.
- Tohaneanu Cecilia, *Abordări ale eticii comunicării în relațiile publice*, Editura Universitară, București, 2015.
- Cismaru, Diana, *Managementul reputației în mediul online*, Editura Tritonic, București, 2015.
- Stanyer, James, *Comunicarea politică modernă*, CA Publishing, Cluj-Napoca, 2010.
- Ciobotă, Gheorghe, *Marketing - relații publice*, Editura Pro Universitaria, București, 2013.
- Petrovici, Amalia, *Crearea și organizarea de evenimente*, Editura Alma Mater, Bacău, 2012.
- Baci, Eugenia, *Limbajul publicitar în domeniul politic*, Editura Universitară, București, 2012.
- Oancea Dana (coord.), 2017, *The Golden Book of Romanian Public Relations*, Forum for International Communication, București.

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

- Participarea la identificarea unor soluții pentru probleme ale comunității legate de comunicarea organizațională, campanii de imagine și de responsabilitate socială.
- Participarea la analiza așteptărilor publicului intern al organizațiilor publice și private.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Evaluare finală	Se evaluează răspunsurile	Examen scris/online pe platforma de eLearning	80%
10.5 TC	Se evaluează răspunsurile	Evaluare continuă/Teme de control/ Test pe platforma	20%
10.6 AA	Se evaluează conținutul proiectului și răspunsurile la întrebări	Susținere proiect/Lucrări practice	-
10.7 Standard minim de performanță			
• cunoașterea în proporție de 50% a informației transmise;			

Data completării

Semnătura titularului de curs
Lect. univ. dr. Tănase Popa Daniela

Semnătura tutore
Lect.univ.dr. Tănase Popa Daniela

Data avizării în departament

Semnătura directorului de departament

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Internațională Danubius
1.2 Facultatea	Comunicare și Relații Internaționale
1.3 Departamentul	Științe ale Comunicării
1.4 Domeniul de studii	Științe ale Comunicării
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii / Calificarea	Comunicare și Relații Publice
1.7 Forma de învățământ	ID
1.8 Anul universitar	2024-2025

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	DISCURS MEDIATIC ÎN LIMBA ENGLEZĂ						
2.2 Coordonator disciplină	Liviu-Mihail Marinescu						
2.3 Titularul activităților asistate/tutori	Liviu-Mihail Marinescu						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare	E3	2.7 Regimul disciplinei ²	Obl.

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1 Total ore din planul de învățământ	28	din care: 3.2 S.I.	14	3.3 AT	4	3.4 TC	10	3.5 AA	-
3.6 Distribuția fondului de timp pentru studiu individual suplimentar									ore
Studiu individual după manual, suport de curs, bibliografie și notițe									14
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate și pe teren									20
Pregătire activități aplicative asistate, laboratoare, teme, referate, portofolii, teste și eseuri									20
Examinări									18
Alte activități									-
3.7 Total ore de studiu individual suplimentar	(3.8-3.1)								
3.8 Total ore pe semestru	ECTS*25								
3.9 Numărul de credite	4								

4. Precondiții (acolo unde este cazul) (Se menționează disciplinele care trebuie studiate anterior.)

4.1 de curriculum	-
4.2 de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a SI	• Conexiune internet
5.2 de desfășurare a AT	• Sală dotată cu videoproiector și acces la Internet și echipament de predare multimedia
5.3 de desfășurare a TC	• Conexiune internet
5.2 de desfășurare a AA	• Sală dotată cu calculatoare și conexiune internet

6. Competențe specifice acumulate (Vizează competențele asigurate de programul de studiu din care face parte disciplina.)

Competențe profesionale	- Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunostintelor de specialitate din domeniul dreptului (în limba engleză) - Definirea în limba engleză a principalelor concepte specifice domeniului, utilizarea lor și a terminologiei de specialitate în situații multiple - Explicarea în limba engleză a situațiilor de comunicare și a problemelor de specialitate din domeniu - Utilizarea instrumentului retoric, argumentativ și semiotic pentru înlăturarea unor disfuncționalități în comunicare și/ sau mediere în limba engleză - Utilizarea unor metode de cercetare pentru definirea problemelor de interes public și rezolvarea acestora prin modele de planificare specifice
--------------------------------	--

¹ licență, masterat, doctorat

² obligatorie, opțională, facultativă

Competențe transversale	Aplicarea tehnicilor de munca eficientă în echipă multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice
	Participarea la realizarea unui proiect în echipă, cu îndeplinirea unor funcții profesionale date

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general/ General Objective	The purpose of this course is to provide all the necessary skills for using a correct and formal English language and, last but not least, for approaching a vocabulary with sentence correction that is appropriate for the field of European Studies. The course is to deal with <i>sentence correction</i>, <i>critical thinking</i> and <i>reading comprehension</i>. <i>Sentence correction</i> tests grammar and expression, such items consisting of a sentence, all or part of which has been underlined, with some associated answer choices. This question type tests the ability to recognize standard English. <i>Reading comprehension</i> tests the students' ability to read critically. The texts will be chosen from the Communication and Public Relations field, but also from different other fields, so that the students will be able to understand and use English for specific purposes. Reading comprehension questions relate to a passage that is provided for the students to read. The passages may also be articles on Communication and Public Relations issues from such newspapers like: <i>The Guardian</i>, <i>The Daily Telegraph</i>, <i>The Independent</i>, <i>The Herald</i>, or from the Constitution . <i>Critical thinking</i> tests logical thinking and such items present an argument that should be analyzed. Questions may require drawing a conclusion or identifying assumptions.
7.2 Obiectivele specifice/ Objectives	To be able to understand individual words (either in isolation or context). To be able to recognize structure signals (verb tense, personal pronouns, sg./pl. markers). To identify and understand sentences. To be able to make sentences, transformations, expansions, reductions. To be able to comprehend and produce a discourse involving several speakers. To be able to participate in all class discussions. To be able to talk about a certain topic. To summarize what is spoken or written. To be able to read sentences and paragraphs. To be able to do an intensive reading (scanning and skimming). To be able to do an extensive reading (for specific information). The student will be able to write sentences that demonstrate grammatical, lexical and semantic appropriateness. The student will understand the Communication and Public Relations systems of some European and American countries, thus being able to analyse similarities and dissimilarities between them. The student will have a comparative perspective on the Communication systems in the present context, not leaving aside their historical evolution in Romania and in some foreign countries. He/she will be able to assume, analyze, comment and find solutions for the most acute modern issues, thus preparing for a future career in this field.

8. Conținuturi

8.1 SI	Nr.ore	Metode de predare	Observații
OFFICIAL COMMUNICATION IN ENGLISH AND MEDIA DISCOURSE FORMAL STYLE (GRAMMAR APPROACH, WRITING OFFICIAL CORRESPONDENCE AND FORMAL LETTERS. USEFUL PHRASES)	2	– Prelegerea, - discursul interactiv, – dezbaterile unor - texte,	Predare-invatare in format online si traditional (sistem hibrid).
MEDIA DISCOURSE MIRRORING PUBLIC	2		

RELATIONS (TEXT APPROACH THE ABILITY TO COMMUNICATE IN PUBLIC RELATIONS, GRAMMAR SECTION)		– prezentări video, – sistem e-learning – abordare specifica segmentului lingvistic analizat si modulului specific ESP	
ORGANIZATIONAL APPROACH OF MEDIA DISCOURSE (TEXT APPROACH: CORPORATE COMMUNICATION IN INTERNATIONAL TERMS – A DIFFERENT APPROACH, DEBATE: EFFECTIVE COMMUNICATION, THE E-MAIL: AN UP-TO-DATE MEDIUM OF COMMUNICATION)	2		
PUBLIC RELATIONS AND THEIR ROLE IN MEDIA DISCOURSE TERMS	2		
MEDIA DISCOURSE ELEMENTS IN NEGOTIATING (TEXT APPROACH, GRAMMAR SECTION: THE PAST PERFECT TENSE SIMPLE AND CONTINUOUS)	3		
THE PERSUASION PROCESS IN THE INTERNATIONAL COMMUNICATION (TEXT APPROACHES)	3		
8.2 AT	Nr.ore		
AT1:Media Discourse Mirroring Public Relations (text approach the ability to communicate in public relations, grammar section)	2		
AT2: Public Relations and their Role in Media Discourse TERMS (text approach, grammar section: the past perfect tense simple and continuous)	2		
8.3 TC	Nr.ore		
TC1 – Essay no. 1	5		
TC2 – Essay no. 2	5		
8.4 AA	Nr.ore		
-			

Bibliografie minimală de studiu pentru studenți

Support de studiu disponibil pe platforma Sakai

Jenks, Christopher (2014). Social Interaction and Technology, Edinburgh University Press, Edinburgh, 2014;
 Brookes, M., **Engleza pentru juriști**, Ed. Teora, București, 2007
 Chirălescu, M., Paidos C., **Proficiency in English**, Institutul European, 2009
 Cook, J., Gethin, A., **A New Way to Proficiency in English**, Oxford, 2007
 Gălățeanu-Fărnoagă, G., **Limba engleză în conversație**, Ed. Științifică și Enciclopedică, București, 2004
 Health, R.B., **Impact Assignments in English**, Longman, London, 2006
 Labov, William (2014). Language Variation and Change – Cambridge Journal, University of Pennsylvania, USA, Rena Torres Cacoullos, Pennsylvania State University, USA (eds.), Cambridge University Press, Volume 26, Number 1/2014;
 Littlewood, W. (2014). – Second Language Learning: The Handbook of Applied Linguistics, A. Davies & C. Elder. Blackwell Publisher;
 Hulban H. – **English for You**, Ed. Răzeșu, Iași, 2001
 Le Divenach, Eloi, **Engleza in presa**, Teora, 2009
 Lupuleasa, R., **Ready for Exams**, Polirom, 2008
 Martin, M. Combe, **Listening and Comprehending**, Macmillan, 2004
 Oprescu, Simona, **Engleza pentru juriști**, Ed. Oscar Print, București, 2003
 Peters, Jo-Ann, **Let's Learn English. Metodă Larousse de învățare a limbii engleze**, Ed. Teora, 2008
 Turcu, Fulvia, **Engleza de afaceri. Curs intensiv**, Ed. Uranus, București, 2001

Bibliografie de elaborare a suportului de studiu

Jenks, Christopher (2014). Social Interaction and Technology, Edinburgh University Press, Edinburgh, 2014;
 Kabay, M.E; Christian, Christopher; Henry, Kevin; Schneider, Sondra (2014). 7.4: Professional Certification and Training in Information Assurance , 7.4.1: Recognition by Government Agencies , in Bosworth, Seymour; Kabay, M.E.; Whyne, Eric (eds.) - Computer Security Handbook. Sixth Edition, Wiley, New Jersey;
 Kuteeva, Maria (2011). Wikis and Academic Writing: Changing the Writer-Reader Relationship, English for Specific Purposes Vol.30, Issue 1/ 2011;
 Labov, William (2014). Language Variation and Change – Cambridge Journal, University of Pennsylvania, USA, Rena Torres Cacoullos, Pennsylvania State University, USA (eds.), Cambridge University Press, Volume 26, Number 1/2014;
 Littlewood, W. (2014). – Second Language Learning: The Handbook of Applied Linguistics, A. Davies & C. Elder. Blackwell Publisher;

Martin, J.R. (2012). în prefață la Zappavigna, Michele- Discourse on Twitter and Social Media. How to Use Language to Create Affiliation on the Web, Bloomsbury Academic, London;

Motteram, Gary (Ed.) (2013). Innovations in Learning Technologies for English Language Teaching, Innovation Series, British Council, London;

Murthy, D. (2013). Twitter: Social Communication in the Twitter Age, Cambridge: Polity Press;

Resurse Internet:

Business Dictionary.com Copyright©2015 WebFinance, Inc.
<http://www.businessdictionary.com/definition/technology.html>

Kietzmann, H.Jan et al. (2011). Social Media? Get serious! Understanding the Functional Building Blocks of Social Media, Business Horizons, Vol 54, Issue 3/ May-June 2011, passim 241–251
<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0007681311000061>

Marinescu, Liviu-Mihail (2014). Business English for Economics and Management”, International Research Center for Higher Education and Business Cooperation, Czeřstochowa, Poland <http://www.zim.pcz.pl/media/fck/BE.pdf>

Zirra, Daniela (2012). Investment Efficiency Handbook – Theory and Practice, Ed. Universitară, București, Liviu-Mihail Marinescu (trad.)
http://www.editurauniversitara.ro/media/pdf/512c57823aca5INVESTMENT_EFFICIENCY_HANDBOOK_-_p._1-20.pdf

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

- Conținuturile științifice ale temelor propuse în cadrul acestei discipline sunt în concordanță cu cele din alte centre universitare, cu rezultatele recente ale cercetării științifice în domeniul dreptului

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Evaluare finală	Se evaluează răspunsurile	Examen scris	70%
10.5 TC	Se evaluează răspunsurile	Evaluare continuă/Teme de control	30%
10.6 AA	Se evaluează conținutul proiectului și răspunsurile la întrebări	Susținere proiect/lucrări practice	-
10.7 Standard minim de performanță			
• cunoașterea în proporție de 50% a informației transmise;			

Data completării

Semnătura coordonatorului de disciplină

Data avizării în departament

Semnătura directorului de departament

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Internațională Danubius
1.2 Facultatea	Facultatea de Comunicare și Relații Internaționale
1.3 Departamentul	Științe ale Comunicării
1.4 Domeniul de studii	Științe ale Comunicării
1.5 Ciclul de studii ¹	Licență
1.6 Programul de studii	Comunicare și Relații Publice
1.7 Forma de învățământ	Învățământ la Distanță
1.8 Anul universitar	2024-2025

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	PRACTICA DE SPECIALITATE I					
2.2 Coordonator disciplină						
2.3 Tutore	Asist. univ. dr. Mirela CURCĂ					
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare : CV3	2.7 Regimul disciplinei ²	Obl.

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.2 A.I.		3.3 AT		3.4 TC		3.5 AA	56
3.6 Distribuția fondului de timp pentru studiu individual suplimentar									ore
Studiul individual după manual, suport de curs, bibliografie și notițe									5
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate și pe teren									2
Pregătire activități aplicative asistate, laboratoare, teme, referate, portofolii, teste și eseuri									10
Examinări									2
Alte activități									-
3.7 Total ore de studiu individual suplimentar									19
3.8 Total ore pe semestru									75
3.9 Numărul de credite									3

4. Precondiții (acolo unde este cazul) (Se menționează disciplinele care trebuie studiate anterior.)

4.1 de curriculum	Introducere în Științele Comunicării, Introducere în Sistemul Mass-Media, Introducere în publicitate și analiza discursului publicitar
4.2 de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a AI	
5.2 de desfășurare a AT	
5.3 de desfășurare a TC	
5.4 de desfășurare a AA	- platforma e-learning <i>Danubius online</i> , internet - încheierea convențiilor de practică cu partenerii de practică

¹ licență, masterat, doctorat

² obligatorie, opțională, facultativă

6. Competențe specifice acumulate (Vizează competențele asigurate de programul de studiu din care face parte disciplina.)

Competențe profesionale	C1 Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării. C2 Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC). C3 Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în procesul de relații publice. C4 Realizarea și promovarea unui produs de relații publice. C5 Asistență de specialitate în gestionarea comunicării de criză și/sau în medierea conflictelor de comunicare. Abilități • abilități interpersonale; • abilitatea de a lucra într-o echipă interdisciplinară; • comportament etic și de respectare a regulilor deontologiei profesionale; • abilitatea de a redacta diferite materiale de relații publice; • capacitatea de a concepe proiecte și de a le derula; • preocuparea pentru obținerea calității. Atitudini • manifestarea unei atitudini pozitive și responsabile față de domeniul relațiilor publice • cultivarea unui mediu centrat pe valori și relații democratice / promovarea unui sistem de valori culturale, morale și civice; • valorificarea optimă și creativă a propriului potențial în activitățile profesionale; angajarea în relații de parteneriat cu alte persoane - instituții cu responsabilități similare.
Competențe transversale	Nu este cazul

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Disciplina <i>Practica de specialitate I</i> are ca obiectiv general familiarizarea studenților cu zona practică a profesiei de specialist în comunicare și relații publice.
7.2 Obiectivele specifice	• Practica vizează documentarea studenților pe domenii de interes stabilite împreună cu cadrele didactice de specialitate, precum și inițierea studenților în activitatea de cercetare științifică și identificarea unor subiecte ce pot deveni teme de licență. • Aplicarea adecvată a conceptelor specifice disciplinelor studiate. • Conștientizarea și interpretarea problemelor specifice profesiei de specialist în comunicare și relații publice. • Realizarea și valorificarea corelațiilor intra și interdisciplinare. • Exersarea abilităților de lucru în echipă.

8. Conținuturi

8.4 Activități asistate (AA)	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1.Exersarea rolului de relationist, practician al relațiilor publice. 2. Forme ale comunicării interpersonale. 3. Comunicarea interdepartamentală, internă, organizațională. 4. Soluții de comunicare eficientă în instituții. 5. Substituirea unui angajat PR. 6. Interventia comunicatorului într-o situație conflictuală. 7. Comunicarea cu mass-media. 8. Organizarea de evenimente. 9. Participarea la un interviu de angajare. 10.Asistenta în redactarea și tehnoredactarea materialelor de relații publice. 11. Exerciții de redactare. 12. Corectare și rescriere.	56 de ore	Dialogul prospectiv, analiza unor texte, dezbaterile, studiul de caz, analiza, simularea.	Suportul de studiu este postat pe Platforma de e-Learning Sakai

13. Text si imagine. 14.Redactarea de materiale de relatii publice (comunicate de presa, content writting, advertorials, features, backgrounder, declaratie de principii). Redactarea de texte jurnalistice (stire, editorial, ancheta, interviu etc.) 15. Analiza textelor publicate. 16.Date despre companie. Identificarea publicurilor (grupurile tinta si stakeholderii). 17.Declaratia de principii (misiune, viziune, valori, obiective, principii). 18. Conferința de presă. Organizare, etape, particularități. 19. Identificarea concurenței unei companii. 20. Studii de pozitionare media (analiza asupra informatiilor aparute in mass-media, pe retele de socializare) 21. Strategii si tactici de promovare (din perspectiva relatiilor publice, a marketingului sau a publicitatii). 22. Materiale specifice comunicarii publicitare. 23. Campanii de relatii publice (campanii de promovare a produselor si serviciilor, campanii de imagine, campanii de branding si rebranding, campanii de responsabilitate sociala). 24. Gestionarea situatiilor de criza (situatii concrete). 25.Adaptarea strategiei de comunicare la legislatia in vigoare si la principiile etice.			
---	--	--	--

Bibliografie minimală de studiu pentru studenți

- Balaban, Delia, Rus, Flaviu, Călin (coord.), 2007, *PR Trend*, Tritonic, București.
- Balaban, Delia, Abrudan, Mirela, 2008, *Tendințe în PR & publicitate*, Tritonic, București.
- Cismaru, Diana, Managementul reputatiei in mediul online, Editura Tritonic, București, 2015.
- Cmeciu, Camelia, 2009, *Introducere în relații publice*, Editura Edusoft, Bacău.
- Oliver, Sandra, 2009, *Strategii de relații publice*, Polirom, Iași.
- Leinemann, Ralf; Baikalteva, Elena 2007, *Eficiența în Relații Publice*, Editura Comunicare .ro.
- Rogojinaru, Adela, 2009, *Comunicare și cultură organizațională: idei și practici în actualitate*, Tritonic, București.
- Cismaru, Diana Maria, 2008, *Comunicarea internă în organizații*, Tritonic, București.
- McNair, Brian, *Introducere în comunicarea politică*, Editura Polirom, Iasi, 2007
- David, George, *Tehnici de relații publice – comunicarea cu mass-media*, Iași, Polirom, 2008.
- Rogojinaru, Adela, *Comunicare și cultură organizațională. Idei și practice în actualitate*, Tritonic, 2009.
- Mardare, Gabriel, Floria, Florinela, *Comunicarea cu presa*, Bacău, Alma Mater, 2011
- Ciobotă, Gheorghe, *Marketing - relații publice*, Editura Pro Universitaria, București, 2013.
- Petrovici, Amalia, *Crearea și organizarea de evenimente*, Editura Alma Mater, Bacău, 2012.
- Schäfer-Mehdi, Stephan, *Organizarea evenimentelor*, Editura All, București, 2008.
- Stănciulescu, Gabriela, *Managementul operațiunilor în turismul de evenimente*, Editura, ASE, București, 2010.
- Curtin, Patricia A., Gaither, Kenn, *Relații publice internaționale*, București, Editura Curtea Veche, 2008.
- Alain Joannes, *Comunicarea prin imagini*, Editura Polirom, Iași, 2009.
- Alex Mucchielli, *Comunicarea în instituții și organizații*, Editura Polirom, Iași, 2008.
- Max Sutherland și Alice, K. Szlvester, *De la publicitate la consumator. Ce „merge”, ce „nu merge” și mai ales de ce*, Editura Polirom, Iași, 2008.
- Rus, Flaviu-Călin, 2009, *Campanii și strategii de PR*, Institutul European, Iași.
- Aronson, Merry, Spetner, Don, Ames, Carol, *Ghidul redactării în relații publice*, București: Amsta Publishing, 2008.
- Mardare, Gabriel, Floria, Florinela, *Redactarea materialelor de relații publice*, Bacău, Alma Mater, 2011.
- Marconi, Joe, *Ghid practic de relații publice*, Iași: Ed. Polirom, 2007.
- Fronlich Karl, Lovric Daniela, *Relații publice*, Editura ALL, București, 2010.
- Frunză Sandu, *Comunicare etică și responsabilitate socială*, Editura Tritonic, București, 2011.
- Hilliard Robert L., *Redactarea materialelor pentru televiziune, radio și noile media*, Collegium Polirom, Bucuresti, 2013.
- Radu Raluca-Nicoleta, *Deontologia comunicării publice*, Collegium Polirom, Bucuresti, 2015.
- Rus, Flaviu-Călin, 2009, *Campanii și strategii de PR*, Institutul European, Iași.
- Tohaneanu Cecilia, *Abordari ale eticii comunicării în relațiile publice*, Editura Universitară, București, 2015.
- Wilcox, Dennis L. et alii, 2009, *Relații publice : strategii și tactici*, Editura Curtea Veche Publishing, București.

Bibliografie de elaborare a suportului de studiu

- Aronson, Mery, Spetner, Don, Ames, Carol, *Ghidul redactării în relațiile publice*, AMSTA PUBLISHING, 2008
- Amălnăcei, Brîndușa-Mariana, *Retorica și pragmatica discursului publicitar*, Performantica, Iași, 2010.
- Baci, Eugenia, *Limbajul publicitar în domeniul politic*, Editura Universitară, București, 2012.
- Coman, Cristina, 2009, *Relații publice: modele teoretice și studii de caz*, Editura Universității din București, București.
- McNair, Brian, *Introducere în comunicarea politică*, Editura Polirom, Iași, 2007
- David, George, *Tehnici de relații publice – comunicarea cu mass-media*, Iași, Polirom, 2008.
- Rogojinaru, Adela; Wolstenholme (coord), 2009, *Current trends in international public relations*, Tritonic, București
- Rogojinaru, Adela, *Comunicare și cultură organizațională. Idei și practice în actualitate*, Tritonic, 2009.
- Oancea Dana (coord.), 2017, *The Golden Book of Romanian Public Relations*, Forum for International Communication, București.
- Mardare, Gabriel, Floria, Florinela, *Comunicarea cu presa*, Bacău, Alma Mater, 2011
- Cismaru, Diana, *Managementul reputației în mediul online*, Editura Tritonic, București, 2015.
- Stanyer, James, *Comunicarea politică modernă*, CA Publishing, Cluj-Napoca, 2010.
- Ciobotă, Gheorghe, *Marketing - relații publice*, Editura Pro Universitaria, București, 2013.
- Petrovici, Amalia, *Crearea și organizarea de evenimente*, Editura Alma Mater, Bacău, 2012.
- Schäfer-Mehdi, Stephan, *Organizarea evenimentelor*, Editura All, București, 2008.
- Stănculescu, Gabriela, *Managementul operațiunilor în turismul de evenimente*, Editura ASE, București, 2010.
- Trevisani, Daniele, *Psihologia marketingului și a comunicării*, Editura Irecson, București, 2007.
- Curtin, Patricia A., Gaither, Kenn, *Relații publice internaționale*, București, Editura Curtea Veche, 2008.
- Alain Joannes, *Comunicarea prin imagini*, Editura Polirom, Iași, 2009.
- Alex Mucchielli, *Comunicarea în instituții și organizații*, Editura Polirom, Iași, 2008.
- Max Sutherland și Alice, K. Szlvester, *De la publicitate la consumator. Ce „merge”, ce „nu merge” și mai ales de ce*, Editura Polirom, Iași, 2008.
- Adam, Jean-Michel, Bonhomme, Marc, *Argumentarea publicitară*, Institutul European, Iași, 2005.
- Amălnăcei, Brîndușa-Mariana, *Retorica și pragmatica discursului publicitar*, Performantica, Iași, 2010.
- Baci, Eugenia, *Limbajul publicitar în domeniul politic*, Editura Universitară, București, 2012.
- Rus, Flaviu-Călin, 2009, *Campanii și strategii de PR*, Institutul European, Iași.
- Aronson, Merry, Spetner, Don, Ames, Carol, *Ghidul redactării în relații publice*, București: Amsta Publishing, 2008.
- Mardare, Gabriel, Floria, Florinela, *Redactarea materialelor de relații publice*, Bacău, Alma Mater, 2011.
- David, George, *Tehnici de relații publice – comunicarea cu mass-media*, Iași: Polirom, 2008.
- Marconi, Joe, *Ghid practic de relații publice*, Iași: Ed. Polirom, 2007.
- Treadwell, Donald, Treadwell, Jill, *Student Workbook for Public relations Writing – Principles in Practice*, London: Sage Publications, 2005.
- Fronlich Karl, Lovric Daniela, *Relații publice*, Editura ALL, București, 2010.
- Frunză Sandu, *Comunicare etică și responsabilitate socială*, Editura Tritonic, București, 2011.
- Hilliard Robert L., *Redactarea materialelor pentru televiziune, radio și noile media*, Collegium Polirom, București, 2013.
- Radu Raluca-Nicoleta, *Deontologia comunicării publice*, Collegium Polirom, București, 2015.
- Trevisani, Daniele, *Psihologia marketingului și a comunicării*, Editura Irecson, București, 2007.
- Tohaneanu Cecilia, *Abordări ale eticii comunicării în relațiile publice*, Editura Universitară, București, 2015.

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

Pentru a se corobora competențele disciplinei cu așteptările reprezentanților din piața muncii se vor organiza activități de practică cu parteneri precum:

- Institutii publice (primarii, prefecturi, consilii locale si judetene, diferite institutii de invatamant, institutii medicale, institutii culturale si sportive).
- Institutii private, companii si organizatii din diferite domenii de activitate (comert, business, financiar-bancar, produse si servicii etc.).
- Organizatii non-guvernamentale (asociatii, fundatii, partide politice, ONG-uri din sectoare de mediu, sanatate, persoane dezavantajate, drepturi si libertati, lobby si advocacy, grupuri profesionale, sindicale etc.).
- Agentii de relatii publice, agentii de publicitate, agentii de marketing.
- Institutii media (televiziuni, ziare, radiouri).

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere
----------------	---------------------------	-------------------------	--------------

			din nota finală
10.4 Evaluare finală	Se evaluează răspunsurile și calitatea susținerii colocviului	Colocviu onsite / online	20%
10.5 TC			
10.6 AA	Participarea la activitățile de practică, gradul de însușire a activităților de specialitate.	Evaluarea caietului de practică	30%
		Evaluarea proiectului de practică	30%
		Evaluarea practicantului de către partenerul de practică	20%
10.7 Standard minim de performanță			
cunoașterea în proporție de 50 % a informației transmise			

Data completării

Semnătura coordonatorului de practică

Data avizării în departament

Semnătura directorului de departament

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Internațională Danubius
1.2 Facultatea /	Facultatea de Comunicare și Relații Internaționale
1.3 Departamentul	Științe ale Comunicării
1.4 Domeniul de studii	Științe ale Comunicării
1.5 Ciclul de studii ¹	Licență
1.6 Programul de studii	Comunicare și Relații Publice
1.7 Forma de învățământ	Învățământ la Distanță
1.8 Anul universitar	2024-2025

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	TEHNICI DE REDACTARE						
2.2 Coordonator disciplina	Lect. univ. dr. Vanina Narcisa Botezatu						
2.3 Titularul activităților asistate/tutori	Lect. univ. dr. Vanina Narcisa Botezatu						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei ²	Obl.
2024-2025							

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.2 S.I.	20	3.3 AT	8	3.4 TC	14	3.5 AA	
3.6 Distribuția fondului de timp pentru studiu individual suplimentar									ore
Studiu individual după manual, suport de curs, bibliografie și notițe									40
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate și pe teren									40
Pregătire activități aplicative asistate, laboratoare, teme, referate, portofolii, teste și eseuri									22
Examinări									6
Alte activități									-
3.7 Total ore de studiu individual suplimentar									108
3.8 Total ore pe semestru									150
3.9 Numărul de credite									6

4. Precondiții (acolo unde este cazul) (Se menționează disciplinele care trebuie studiate anterior.)

4.1 de curriculum	Disciplina se studiază în anul I, sem I.
4.2 de competențe	C1 Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării C1.1 Definirea principalelor concepte specifice domeniului, utilizarea lor și a terminologiei de specialitate C1.2 Prezentarea diferitelor tehnici de redactare utilizate în documentele oficiale

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a SI	• Conexiune internet
5.2 de desfășurare a AT	• Sală dotată cu videoprojector și acces la Internet și echipament de predare multimedia
5.3 de desfășurare a TC	• Conexiune internet
5.2 de desfășurare a AA	• Sală dotată cu calculatoare și conexiune internet

6. Competențe specifice acumulate (Vizează competențele asigurate de programul de studiu din care face parte disciplina.)

¹ licență, masterat, doctorat

² obligatorie, opțională, facultativă

de e-learning Tema Seminar 2: Rezolvarea unei teme pe platforma de e-learning	1 oră		
Tema de control 1: Rezolvarea unei teme pe platforma de e-learning	1 oră		
Tema de control 2: Rezolvarea unei teme pe platforma de e-learning	1 oră		
Test 1: Rezolvarea unei test pe platforma de e-learning	1 oră		
Test 2: Rezolvarea unei test pe platforma de e-learning	1 oră		
8.4 AA	Nr.ore		
Bibliografie minimală de studiu pentru studenți - Suport de studiu disponibil pe platforma Sakai - Botezatu, Vanina, Narcisa, Gheorghe Lateș, 2017, <i>Introducere în științele comunicării</i>, Editura Universitara Danubius, Galați. - Botezatu, Vanina, Narcisa, 2016, <i>Tehnici de redactare</i>, Note de curs, Editura Universitara Danubius, Galați. - Graur, Alexandru, 2009, <i>Capcanele limbii române</i>, Humanitas, București. - Ciobotea, Radu, 2012, <i>Reportajul. Tehnici de redactare</i>. Editura Cartier, București. - Sid Jacobson Dixie, Elise, Hickman, 2008, <i>Procesul Power. Puterea de a scrie</i>, Editura Excalibur. - *** <i>Gramatica limbii romane</i>, http://gramaticalimbiiromane.ro/			
Bibliografie de elaborare a suportului de studiu - Ciobotea, Radu, 2012, <i>Reportajul. Tehnici de redactare</i>, Cartier, București. - Cristiana, Arangelovici, 2013, <i>Îndreptar Ortografic, Ortoepic și Morfologic</i>, Saeculum Vizual, București. - Coșeriu, Eugeniu, 2013, <i>Lingvistica textului. O introducere în hermeneutica sensului</i>, Editura Universitatii Alexandru Ioan Cuza, Iași. - Graur, Alexandru, 2009, <i>Capcanele limbii române</i>, Humanitas, București. - Hoarță, Caraușu, Luminița, 2008, <i>Teorii și practici ale comunicării</i>, Cermi, Iași. - Preda, Sorin, 2008, <i>Tehnici de redactare în presa scrisă</i>, Polirom, Iași. - Robert L. Hilliard, 2012, <i>Redactarea materialelor pentru televiziune, radio și noile media</i>, Polirom, Iași. - <i>Ghid de redactare interinstituțional</i> - http://publications.europa.eu/code/ro/ro-000500.htm			

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

Conținuturile științifice ale temelor propuse în cadrul acestei discipline sunt în concordanță cu cele din alte centre universitare, cu rezultatele recente ale cercetării științifice în domeniul comunicării scrise și problematica actuală a reglementărilor existente și aplicabile domeniului românesc.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Evaluare finală	Se evaluează răspunsurile	Examen scris	50%
10.5 TC	Se evaluează răspunsurile	Evaluare continua/Teme de control/ Teste Teste pe Danubius Online	50%
10.6 AA	Se evaluează conținutul proiectului și răspunsurile la întrebări		
10.7 Standard minim de performanță			
cunoașterea în proporție de 50% a informației transmise;			

Data completării

Semnătura coordonatorului de disciplină
Lect. univ. dr. Botezatu Vanina Narcisa

Data avizării în departament

Semnătura directorului de departament
Lect.univ.dr. Daniela Tănase Popa

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Internațională Danubius
1.2 Facultatea	Facultatea de Comunicare și Relații Internaționale
1.3 Departamentul	Științe ale Comunicării
1.4 Domeniul de studii	Științe ale Comunicării
1.5 Ciclul de studii ¹	Licență
1.6 Programul de studii / Calificarea	Comunicare și Relații Publice
1.7 Forma de învățământ	Învățământ la distanță
1.8 Anul universitar	2024-2025

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei		METODE DE CERCETARE ÎN ȘTIINȚELE SOCIALE					
2.2 Coordonator disciplină		Lect.univ.dr. Angela – Mihaela Ene					
2.3 Titularul activităților asistate/tutori		Lect.univ. dr. Angela – Mihaela Ene					
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	II	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei²	Obligatorie

3. Timpul total estimat (ore pe semestru de activități didactice)

3.1 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.2 S.I.	28	3.3 AT	8	3.4 T.C.	20	3.5 AA	-
3.6 Distribuția fondului de timp pentru studiu individual suplimentar									ore
Studiul individual după manual, suport de curs, bibliografie și notițe									35
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate și pe teren									14
Pregătire laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri									10
Examinări									5
Alte activități (participare sesiuni comunicări științifice, proiecte de cercetare ș.a.)									5
3.7 Total ore de studiu individual									69
3.8 Total ore pe semestru									125
3.9 Numărul de credite									6

4. Precondiții (acolo unde este cazul, se menționează disciplinele care trebuie studiate anterior)

4.1 de curriculum	-
4.2 de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a SI	- Conexiune la internet
5.2 de desfășurare a AT	- Sală dotată cu videoproiector și acces la Internet și echipament de predare multimedia
5.3 de desfășurare a TC	- Conexiune la internet
5.4 de desfășurare a AA	-

6. Competențe specifice acumulate (Vizează competențele asigurate de programul de studiu din care face parte disciplina.)

¹ licență, masterat, doctorat

² obligatorie, opțională, facultativă

Competențe profesionale	• C2 Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC). • C2.2 Identificarea particularităților utilizării specializate a diverselor tipuri media în comunicare. • C3 Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în procesul de relații publice. • C3.1 Definirea conceptelor, teoriilor, paradigmelor și metodologiilor utilizate în analiza comunicării. • C4 Realizarea și promovarea unui produs de relații publice. • C4.1 Identificarea conceptelor și metodelor adecvate dezvoltării unui produs de RP. • C5 Asistență de specialitate în gestionarea comunicării de criză și/sau în medierea conflictelor de comunicare. • C5.1 Utilizarea corectă a principalelor metode, tehnici, tactici și strategii de comunicare și/sau mediere.
Competențe transversale	• CT1 Rezolvarea în mod realist – cu argumentare atât teoretică, cât și practică – a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora, având ca descriptor elaborarea unui proiect de specialitate sau cel puțin a unei părți a unui asemenea proiect, aplicând atât cunoștințe, teorii și metode de diagnoză și intervenție, cât și norme și principii de etică profesională. • CT2 Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice.

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	• Disciplina <i>Metode de cercetare în științele sociale</i> are ca obiectiv general formarea unei atitudini științifice cu privire la rolul metodologiei și a conceptelor aferente cercetării sociale, în vederea planificării, implementării și realizării evaluării unei cercetări. Activitățile desfășurate vor urmări aprofundarea aspectelor de bază ale cercetării calitative și cantitative, folosite în cercetarea socială, prin intermediul acestora din urmă realizându-se aplicarea unei înțelegeri a societății în vederea unei îmbunătățiri globale a condiției umane.
7.2 Obiectivele specifice	• înțelegerea și aprofundarea noțiunilor și conceptelor specifice metodelor și tehnicilor de cercetare în științele sociale; • identificarea metodei adecvate de cercetare în funcție de obiectivele urmărite; • identificarea domeniilor de aplicabilitate a metodologiilor de cercetare în științele sociale, explicarea și interpretarea întrepătrunderii acestora cu diversele aspecte/domenii ale vieții sociale, ca ansamblu general; • cunoașterea elementelor relevante și necesare în întocmirea unui proiect de cercetare; • înțelegerea fazelor principale ale unui proiect de cercetare; • asigurarea unei prezentări raționale a chestiunilor specifice cercetării; • implementarea proiectelor de cercetare, colectarea, analizarea și prezentarea datelor; • evaluarea avantajelor și dezavantajelor fiecăreia dintre metodele de cercetare socială; • dezvoltarea aptitudinilor manageriale pentru conducerea proiectelor de cercetare sociologică.

8. Conținuturi

8.1 SI	Nr.ore: 28	Metode de predare	Observații
CUNOAȘTEREA COMUNĂ ȘI CUNOAȘTEREA	7 ore	prelegerea,	-

ȘTIINȚIFICĂ A VIETII SOCIALE. ASPECTE METODOLOGICE ÎN CERCETĂRILE SOCIOUMANE 1.1. Cunoașterea comună și cunoașterea științifică. Caracteristicile cunoașterii comune și ale cunoașterii științifice 1.2. Cercetarea sociologică – o activitate socială 1.2.1. Rolul paradigmelor în cercetarea sociologică 1.3. Metoda, tehnica, procedeul și instrumentul de investigare: precizări de ordin terminologic 1.4. Principii metodologice în cercetările socioumane. Cercetarea calitativă și cercetarea cantitativă 1.5. Analiza ipotezelor: definiția și dimensiunile ipotezelor 1.5.1. Tipuri și modalități de elaborare a ipotezelor 1.5.2. Structura logică și validitatea ipotezelor. Explicația teoretică 1.6. Tipuri de cercetări socioumane 1.6.1. Precizări terminologice 1.6.2. Tipologia cercetărilor socioumane empirice		dezbateră, studiul de caz, analiza, materiale video-audio	
PERSPECTIVĂ ASUPRA METODOLOGIILOR CALITATIVE. CERCETAREA CALITATIVĂ 2.1. Aspecte introductive: definirea cercetării calitative. Analiză de ansamblu asupra unor abordări 2.2. Pregătirea organizării unui studiu calitativ 2.3. Culegerea datelor și tratarea datelor calitative 2.4. Elemente care trebuie avute în vedere în descriere precum și alte aspecte esențiale referitoare la calitatea cercetării 2.5. Tehnicile cercetării calitative 2.5.1. Cercetarea de teren 2.5.2. Observația participativă 2.5.3. Discuția 2.5.4. Cercetarea documentară și lucrul cu documentele 2.5.5. Studiul de caz și monografia	7 ore	prelegerea, dezbateră, studiul de caz, analiza, materiale video-audio	-
METODE SPECIFICE DE CERCETARE ÎN ȘTIINȚELE SOCIALE 3.1. Interviu. Tehnica interviului 3.1.1. Diferite tehnici de interviu 3.1.2. Etapele pregătirii unui interviu 3.1.3. Etapele realizării unui interviu 3.1.4. Atitudinea generală a intervievatorului 3.2. Chestionarul 3.2.1. Etapele pregătirii chestionarului și tipurile de întrebări 3.2.2. Conceperea unui chestionar – niveluri de generalitate și ordinea întrebărilor 3.3. Focus-grupurile. Aspecte metodologice fundamentale privind focus-grupurile 3.3.1. Analiza focus-grupurilor 3.4. Metoda observației 3.4.1. Observația – definire și tipurile de observație 3.4.2. Reguli de observare	7 ore	prelegerea, dezbateră, studiul de caz, analiza, materiale video-audio	-
EXPERIMENTUL ÎN ȘTIINȚELE SOCIOUMANE ȘI STUDIUL DOCUMENTELOR SOCIALE. TEHNICI DE ANALIZĂ A CONȚINUTULUI COMUNICĂRII 4.1. Experimentul în științele socioumane 4.1.1. Experimentul, cunoașterea științifică și societatea – definiție, noțiuni de bază și scheme experimentale 4.1.2. Tipuri de experimente în științele socioumane 4.1.3. Etapele cercetării experimentale 4.2. Studiul documentelor sociale 4.2.1. Definirea și clasificarea documentelor sociale 4.2.2. Recensământul populației 4.2.3. Documente scrise necifrice	7 ore	prelegerea, dezbateră, studiul de caz, analiza, materiale video-audio	-

4.2.4. Biografiile sociale 4.3. Tehnicile de analiză a conținutului comunicării 4.3.1. Specificul tehnicilor de analiză a conținutului comunicării 4.3.2. Etapele analizei conținutului comunicării 4.3.3. Procedee de analiză a conținutului 4.3.4. Aplicarea tehnicilor de analiză a conținutului			
8.2 AT	8 ore	prelegerea, dezbateră, studiul de caz, analiza, materiale video-audio	-
AT1 Studiile comunitare – Metode și tehnici pentru studierea comunităților. Cercetarea - acțiune ca metodă pentru studierea comunității.	4 ore	prelegerea, dezbateră, studiul de caz, analiza, materiale video-audio	-
AT2 Metode specifice de cercetare în științele sociale. Interviu. Tehnica interviuării. Diferite tehnici de interviu. Etapele realizării unui interviu. Chestionarul. Conceperea unui chestionar. Focus-grupurile. Aspecte metodologice fundamentale privind focus-grupurile.	4 ore	prelegerea, dezbateră, studiul de caz, analiza, materiale video-audio	-
8.3 TC	20 ore	-	-
Tema de control I <i>Cercetarea în științele sociale. Întocmirea unui proiect de cercetare.</i>	10 ore	Materiale puse la dispoziție pe platforma online; bibliotecă „Danubius”	-
Tema de control II <i>Interviul și chestionarul, ca metode specifice de cercetare în științele sociale.</i>	10 ore	Materiale puse la dispoziție pe platforma online; bibliotecă „Danubius”	-
8.4 AA	-	-	-
Bibliografie minimală de studiu pentru studenți - Suport de studiu disponibil pe platforma Sakai. - Andrei, Petre, 1996, <i>Sociologie generală</i>, Polirom, Iași. - Chelcea, Septimiu, 2001, <i>Tehnici de cercetare sociologică</i>, Școala Națională de Studii Administrative și Politice, București. - Gary, King, 2000, <i>Fundamentele cercetării sociale</i>, Polirom, Iași. - McQueen, Ronald A.; Knussen, Christina, 2006, <i>Metode de cercetare în științele sociale</i>, Institutul European, Iași. - Mihăilescu, Ioan, 2003, <i>Sociologie generală</i>, Polirom, Iași. - Moscovici, Serge; Buschini, Fabrice, 2007, <i>Metodologia științelor socioumane</i>, Polirom, Iași.			
Bibliografie de elaborare a suportului de studiu - Andrei, Petre, 1996, <i>Sociologie generală</i>, Polirom, Iași. - Chelcea, Septimiu, 2001, <i>Tehnici de cercetare sociologică</i>, Școala Națională de Studii Administrative și Politice, București. - Chelcea, Septimiu, 2001, <i>Metodologia cercetării sociologice. Metode cantitative și calitative</i>, Editura Economică, București. - De Vaus, D.A., 1996, <i>Surveys in Social Research</i>, ediția a 4-a, UCL Press, Londra. - Durkheim, Emile, 1974, <i>Regulile metodei sociologice</i>, Editura Științifică, București. - Gary, King, 2000, <i>Fundamentele cercetării sociale</i>, Polirom, Iași. - King, Ronald F., 2005, <i>Strategia cercetării</i>, Polirom, Iași. - Mărginean, Ioan, 2000, <i>Proiectarea cercetării sociologice</i>, Polirom, Iași. - McQueen, Ronald A.; Knussen, Christina, 2006, <i>Metode de cercetare în științele sociale</i>, Institutul European, Iași. - Mihăilescu, Ioan, 2003, <i>Sociologie generală</i>, Polirom, Iași. - Mihu, Achim, 1992, <i>Introducere în sociologie</i>, Dacia, București. - Moscovici, Serge; Buschini, Fabrice, 2007, <i>Metodologia științelor socioumane</i>, Polirom, Iași. - Rabson, C., 1993, <i>Real World Research: A Resource for Social Scientists and Practitioner-researchers</i>, Blackwell, Oxford.			

- Rotariu, Traian; Petru, Iluț, 1997, *Ancheta sociologică și sondajul de opinie*, Polirom, Iași.
- Rotariu, Traian (coordonator); Bădescu, Gabriel; Culic, Irina; Mezei, Elemer; Mureșan, Cornelia, 2000, *Metode statistice aplicate în științele sociale*, Polirom, Iași.
- Vlăsceanu, Lazăr, 1982, *Metodologia cercetării sociologice. Orientări și probleme*, Editura Științifică și Enciclopedică, București.
- Vlăsceanu, Lazăr, 2008, *Introducere în metodologia cercetării sociologice*, Facultatea de Sociologie și Asistență Socială, Universitatea București.
- Zamfir, Cătălin; Vlăsceanu, Lazăr, 1993, *Dicționar de sociologie*, Babel, București.

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

Conținuturile științifice ale temelor propuse în cadrul acestei discipline sunt în concordanță cu cele din alte centre universitare, cu rezultatele recente ale cercetării științifice în domeniul metodologiilor de cercetare în științele sociale.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Evaluare finală	Se evaluează răspunsurile	Examen scris	70%
10.5 TC	Se evaluează conținutul proiectelor și răspunsurile la întrebări	Evaluare continuă/teme de control	30%
10.6 AA	-	-	-
10.7 Standard minim de performanță			
• cunoașterea în proporție de 50 % a informației transmise.			

Data completării

Semnătura coordonatorului de disciplină
Lect.univ. dr. Angela-Mihaela Ene

Data avizării în departament
____/____/____

Semnătura directorului de departament
Lect. univ. dr. Daniela Tănase Popa

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Internațională Danubius
1.2 Facultatea /	Facultatea de Comunicare și Relații Internaționale
1.3 Departamentul	Științe ale Comunicării
1.4 Domeniul de studii	Științe ale Comunicării
1.5 Ciclu de studii ¹	Licență
1.6 Programul de studii	Comunicare și Relații Publice
1.7 Forma de învățământ	Învățământ la Distanță
1.8 Anul universitar	2024-2025

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	DISCURS MEDIATIC ÎN LIMBA SPANIOLĂ						
2.2 Coordonator disciplina	Lect. univ. dr. Vanina Narcisa Botezatu						
2.3 Titularul activităților asistate/tutori	Lect. univ. dr. Vanina Narcisa Botezatu						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	II	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei ²	Obl.
2024-2025							

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1 Total ore din planul de învățământ	28	din care: 3.2 S.I.	10	3.3 AT	8	3.4 TC	10	3.5 AA	-
3.6 Distribuția fondului de timp pentru studiu individual suplimentar									ore
Studiul individual după manual, suport de curs, bibliografie și notițe									30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate și pe teren									30
Pregătire activități aplicative asistate, laboratoare, teme, referate, portofolii, teste și eseuri									10
Examinări									2
Alte activități									-
3.7 Total ore de studiu individual suplimentar									72
3.8 Total ore pe semestru									100
3.9 Numărul de credite									4

4. Precondiții (acolo unde este cazul) (Se menționează disciplinele care trebuie studiate anterior.)

4.1 de curriculum	Nivel de competență lingvistică conform Cadrului European Comun de Referință pentru Limbi
4.2 de competențe	Noțiuni de limba spaniolă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a SI	• Conexiune internet
5.2 de desfășurare a AT	• Sală dotată cu videoproiector și acces la Internet și echipament de predare multimedia
5.3 de desfășurare a TC	• Conexiune internet
5.2 de desfășurare a AA	• Sală dotată cu calculatoare și conexiune internet

6. Competențe specifice acumulate (Vizează competențele asigurate de programul de studiu din care face parte disciplina.)

Competențe profesionale	C.1. Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării C.1.1 Definirea în limba spaniolă a principalelor concepte specifice domeniului, utilizarea lor și a terminologiei de specialitate în situații multiple CT1. Gestionarea informațiilor specifice rezolvării sarcinilor complexe în context (receptarea, transmiterea, prelucrarea, stocarea informațiilor în documente de profil), inclusiv prin utilizarea la nivel avansat a unei limbi
-------------------------	--

¹ licență, masterat, doctorat

² obligatorie, opțională, facultativă

	de circulație internațională și la nivel mediu sau avansat a unei a doua limbi străine. Cunoștințe Comunicare eficientă în limba spaniolă, la nivel scris și oral prin consolidarea cunoștințelor privind lexicul limbii spaniole și elementele de gramatică Înșușirea și utilizarea cunoștințelor specifice în domeniul relațiilor internaționale în limba spaniolă Abilități Dezvoltarea capacității de receptare a mesajului oral Dezvoltarea abilităților de exprimare scrisă și orală Atitudini Exprimarea, la nivel scris sau oral, a unor opinii justificate prin argumente coerente Înșușirea și utilizarea adecvată a vocabularului în limba străină în situații proprii domeniului
Competențe	Formarea unor atitudini profesionale etice specifice domeniului Formarea continuă și valorificarea tehnicilor de învățare a unei noi limbi străine

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Cursul <i>Discurs mediatic în limba spaniolă</i> are ca obiectiv însușirea structurilor spaniole specifice pentru a dobândi abilitățile necesare pentru comunicarea în limba străină. Studenții vor stăpâni regulile gramaticale ale limbii spaniole în mai multe contexte lexicale tematice.
7.2 Obiectivele specifice	Cursul ajută studenții să dezvolte competențele și abilitățile necesare pentru a comunica și a scrie texte în limba spaniolă. Conform unităților de învățare, studenții vor dobândi competențe specifice domeniului de studiu. - Capacitatea studentului de a înțelege un test scris în limba spaniolă. - Capacitatea studentului de a comunica în limba spaniolă, înțelegând și făcându-se înțeles, în situații de comunicare variate. - Capacitatea studentului de a se exprima în scris în contexte bine definite în limba spaniolă.

8. Conținuturi

8.1 SI	Nr.ore	Metode de predare	Observații
Suport de curs, bibliografie și notițe 1. En la ciudad. Lugares y transportes urbanos. Pronombres átonos y tónicos. Participios. 2. Los deportes y los estados anímicos. Expresar preocupación, deseo y admiración. Pronombres indefinidos. 3. Una visita al médico. Verbos y nombres relacionados con la salud y los dolores. Las partes de cuerpo. El imperativo. 4. Vamos de tiendas. Nombres de tiendas, ropa y accesorios. Verbos relacionados con las compras. Colocación de CD y CD. 5. Vamos a cocinar. Nombres, verbos y adjetivos relacionados con la elaboración de comidas. El imperativo negativo. 6. Hablamos de política. Nombres y verbos relacionados con la vida y las opiniones políticas. Expresar el acuerdo y el desacuerdo. La pasiva y las frases impersonales con se. 7. El mundo de internet y los negocios. Nombres y verbos relacionados con la informática y las comunicaciones. Adverbios en mente. Tratamiento formal e informal en las cartas y correos electrónicos. 8. Una entrevista de trabajo. Información personal en las entrevistas y solicitudes. El pretérito perfecto compuesto.	18 ore	prelegerea, discursul interactiv dezbaterăa unor texte prezentări video sistem e-learning	

9. Buscando piso. Tipos de vivienda. Partes y propiedades de la vivienda. Pretérito perfecto simple.			
10. Nos vamos de viaje. Lugares geográficos. Acciones relacionadas con los viajes. Expresiones de tiempo. Pretérito perfecto simple de verbos irregulares.			
11. Los estudios: carreras y asignaturas. Los recuerdos del pasado. Verbos y nombres relacionados con el mundo de los estudios. El pretérito imperfecto.			
12. El aspecto de la gente. Verbos y adjetivos de descripción física. El gerundio. Estar más gerundio.			
13. El mundo del arte: museos, cines, teatros. Nombres relacionados con las expresiones artísticas. Perífrasis de gerundio. La expresión de los gustos y los deseos.			
14. El campo y la ciudad: espacios rústicos y espacios urbanos. Animales y plantas en el campo. Las relaciones sociales.			
15. Nuestro día a día. Nombres y verbos relacionados con la higiene personal. Perífrasis de gerundio.			
8.2 AT	Nr. ore		
AT1: Transferencia y mediación de mensajes orales o escritos en diversas situaciones de comunicación	4 ore		
AT2 : Elementos de comunicación en español sobre la vida social	4 ore		
8.3 TC	Nr.ore		
Teste pe platforma Danubius Online de verificare a cunoștințelor	2 ore		
8.4 AA	Nr.ore		
Bibliografie minimală de studiu pentru studenți - Suport de studiu disponibil pe platforma Sakai - Bartolomé, Martínez, Cristina, 2014, <i>Gramática práctica. Teoría y ejercicios de gramática española A2</i>, Eli. - Botezatu, Vanina, Narcisa, 2020, <i>Curs practic de limba spaniolă</i>, Cluj-Napoca, Editura Accent. - Botezatu, Vanina, Narcisa, 2021, <i>Limba spaniolă. Texte, dialoguri, exerciții - A2</i>, Editura Prouniversitaria, București. - Garavito, Julian, Régnier, Christian, Marrón, José-María, Torralbo, Juan, 2008, <i>Spaniola practică</i>, Niculescu, București. - Olaru, Constantin, 2011, <i>Gramatica limbii spaniole – teorie și exercitii</i>, MyEbook, Bucuresti.			
Bibliografie de elaborare a suportului de studiu - Bartolomé, Martínez, Cristina, 2014, <i>Gramática práctica. Teoría y ejercicios de gramática española A2</i>, Eli. - Garavito, Julian, Régnier, Christian, Marrón, José-María, Torralbo, Juan, 2008, <i>Spaniola practică</i>, București, Niculescu. - Olaru, Constantin, 2011, <i>Gramatica limbii spaniole – teorie și exercitii</i>, Bucuresti, MyEbook.			

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

Conținuturile științifice ale temelor propuse în cadrul acestei discipline sunt în concordanță cu cele din alte centre universitare, cu rezultatele recente ale cercetării științifice în domeniul dreptului comunicării și problematica actuală a reglementărilor existente și aplicabile domeniului media românesc.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Evaluare finală	Se evaluează răspunsurile	Examen scris	50%
10.5 TC	Se evaluează răspunsurile	Evaluare continuă Teste de evaluare a cunoștințelor pe platforma	50%

		Danubius Online	
10.6 AA	Se evaluează conținutul proiectului și răspunsurile la întrebări		
10.7 Standard minim de performanță			
cunoașterea în proporție de 50% a informației transmise;			

Data completării

Semnătura coordonatorului de disciplină
Lect.univ. dr. Botezatu Vanina Narcisa

Data avizării în departament

Semnătura directorului de departament
Lect.univ.dr. Daniela Tănase Popa

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Internațională Danubius
1.2 Facultatea /	Facultatea de Comunicare și Relații Internaționale
1.3 Departamentul	de Științe ale Comunicării
1.4 Domeniul de studii	de Științe ale Comunicării
1.5 Ciclul de studii ¹	Licență
1.6 Programul de studii	Comunicare și Relații Publice
1.7 Forma de învățământ	Învățământ la distanță
1.8 Anul universitar	2024-2025

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	ISTORIA COMUNICĂRII						
2.2 Coordonator disciplină	Conf. univ. dr. Ștefan GHEORGHE						
2.3 Titularul activităților asistate/tutori	Conf. univ. dr. Ștefan GHEORGHE						
2.4 Anul de studiu	III	2.5 Semestrul	VI	2.6 Tipul de evaluare	E6	2.7 Regimul disciplinei ²	D

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.2 S.I.	28	3.3 AT	4	3.4 TC	10	3.5 AA	-
3.6 Distribuția fondului de timp pentru studiu individual suplimentar									ore
Studiul individual după manual, suport de curs, bibliografie și notițe									30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate și pe teren									30
Pregătire activități aplicative asistate, laboratoare, teme, referate, portofolii, teste și eseuri									15
Examinări									5
Alte activități									3
3.7 Total ore de studiu individual suplimentar									83
3.8 Total ore pe semestru									125
3.9 Numărul de credite									5

4. Precondiții (acolo unde este cazul) (Se menționează disciplinele care trebuie studiate anterior.)

4.1 de curriculum	-
4.2 de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a SI	• Conexiune internet
5.2 de desfășurare a AT	• Sală dotată cu videoproiector și acces la Internet și echipament de predare multimedia
5.3 de desfășurare a TC	• Conexiune internet
5.2 de desfășurare a AA	• Sală dotată cu calculatoare și conexiune internet

¹ licență, masterat, doctorat

² obligatorie, opțională, facultativă

6. Competențe specifice acumulate (Vizează competențele asigurate de programul de studiu din care face parte disciplina.)

Competențe profesionale	C1. Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării; C1.1. Definirea principalelor concepte specifice domeniului, utilizarea lor și a terminologiei de specialitate în situații multiple; C1.2 Explicarea conceptelor a situațiilor de comunicare și a problemelor de specialitate din domeniu; C5. Asistența de specialitate în gestionarea comunicării de criză și/sau în medierea conflictelor de comunicare; C5.1 Utilizarea completă a principalelor metode, tehnici, tactici și strategii de comunicare și/sau de mediere. Cunoștințe - definirea principalelor concepte specifice disciplinei și a terminologiei de specialitate; - familiarizarea cu terminologia legată de istoria comunicării, crearea unei baze teoretice pentru acumularea ulterioară de cunoștințe în domeniul comunicării sau în alte domenii conexe; Abilități - abordarea comunicării ca act uman fundamental; - generarea de situații de comunicare cu potențial aplicativ; - utilizarea corectă a instrumentelor de analiză Atitudini - orientarea către dezvoltare profesională - interes manifestat față de procesul de studii - preocupare în ceea ce privește cercetarea sferei motivaționale
Competențe transversale	CT1 Rezolvarea în mod realist - cu argumentare, atât teoretică, cât și practică - a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora. CT2 Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice. CT3 Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Disciplina <i>Istoria comunicării</i> vizează competențe specifice pentru dezvoltarea capacității de a opera cu conceptele și noțiunile fundamentale ale domeniului științelor sociale și politice
7.2 Obiectivele specifice	- Utilizarea abilității de a înțelege și a identifica folosirea limbajului și a cunoștințelor de specialitate specifice domeniului științelor sociale și politice - Recunoașterea unor tipare ale evoluției și ale modalităților de soluționare a conflictelor de comunicare - Evaluarea critică a metodelor folosite în gestionarea comunicării de criză Analiza și înțelegerea teoriilor cu privire la gestiunea informațiilor

8. Conținuturi

8.1 SI	Nr.ore	Metode de predare	Observații
I. 1. Aspecte introductive ale comunicării umane 1. <i>Istoric, teorii, definiții și concepte ale Comunicării;</i> 2. <i>Comunicarea intrapersonală și de grup.</i> 3. <i>Religia, factor activ al comunicării în cadrul comunității</i>	6	prelegerea, discursul interactiv, sistem e-learning, prezentări Power Point	1
II. 11. Comunicarea între spațiu și timp 1. <i>Primele forme de comunicare apărute în preistorie și societatea antică;</i> 2. <i>Utilizarea simbolurilor în comunicare;</i>	8		

3. Comunicare și conflict/comerț în spațiul românesc			
III. Istoria mijloacelor de comunicare din spațiul românesc 1. Primele publicații periodice românești; 2. Apariția telegrafiei, telefoniei și a presei de mare tiraj; 3. Comunicarea prin intermediul radioului și a televiziunii; 4. Importanța comunicării în societate; Tehnologia informației	6		
IV. Comunicare și influență 1 Propaganda între alegerile electorale și cea oficială, de stat; 2. Instituțiile publice și dezinformarea societății; 3. Manipularea informației; 4. Istoria și cenzura în spațiul public	8		
8.2 AT			
AT1 Importanța simbolisticii în cadrul comunicării umane	4 ore		
AT2 Manipulare în comunicare	4 ore		
TC	ore		
Tema de control 1: Importanța mijloacelor de comunicare – presa românească Rezolvare problema pe Danubius Online	10 ore		
Tema de control 2: Cenzura politică și implicațiile la nivelul comunicării Rezolvare problema pe Danubius Online	10 ore		
Bibliografie minimală de studiu pentru studenți - Chelcea Septimiu, <i>Comunicarea nonverbală: gesturile, postura</i>, Editura Comunicare.ro, București, 2005 - Dragan Ioan, <i>Comunicarea-paradigme și teorii</i>, VI I-II, Editura RAO, București, 2008; - Iorga, Nicolae, <i>Istoria presei românești</i>, Sindicatul Ziaristilor din București, București, 1922; - Marinescu, Valentina, <i>Introducere în Teoria comunicării, Modele și Aplicații</i>, Editura C.H. Beck, București, 2011; - Petcu, Marian, <i>Cenzura în spațiul cultural românesc</i>, Editura Comunicare.ro, București, 2005 - Petcu, Marian, <i>Dictionar enciclopedic de comunicare și termeni asociați</i>, Editura C.H.Beck, București, 2014.			
Bibliografie de elaborare a suportului de studiu - Breton, Paul, <i>Manipularea cuvântului</i>, Editura Institutul European, Iași, 2006; - Chelcea Septimiu, <i>Comunicarea nonverbală: gesturile, postura</i>, Editura Comunicare.ro, București, 2005 - Cmeciu Camelia, <i>Tendințe actuale în campaniile de PR</i>, Editura Polirom, Iași, 2013; - Coman, Cristina, <i>Relații publice- principii și strategii</i>, Editura, Polirom, Iași, 2008; - Coman, Cristina, <i>Comunicarea de criză</i>, Editura, Polirom, Iași, 2008 - Coman, Mihai, <i>Mass-media în România postcomunistă</i>, Editura Polirom, Iași, 2003; - Dragan Ioan, <i>Comunicarea-paradigme și teorii</i>, VI I-II, Editura RAO, București, 2008; - Iorga, Nicolae, <i>Istoria presei românești</i>, Sindicatul Ziaristilor din București, București, 1922; - Marinescu, Valentina, <i>Introducere în Teoria comunicării, Modele și Aplicații</i>, Editura C.H. Beck, București, 2011; - Petcu, Marian, <i>Cenzura în spațiul cultural românesc</i>, Editura Comunicare.ro, București, 2005 - Petcu, Marian, <i>Dictionar enciclopedic de comunicare și termeni asociați</i>, Editura C.H.Beck, București, 2014; - Roventa-Frumusani Daniela, <i>Analiza discursului. Ipoteze și ipostaze</i>, București, Editura Tritonic, 2012; - Roventa-Frumusani Daniela, <i>Argumentarea. Metode și strategii</i>, București, Editura ALL, 2000 - Teodor, Mihaela, <i>Anatomia cenzurii</i>, Editura Cetatea de Scaun, Târgoviște, 2012 - Bertrand, C.J. (2000). <i>Deontologia mijloacelor de comunicare</i>. Iași: Institutul European..			

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

- Conținuturile științifice ale temelor propuse în cadrul acestei discipline sunt în concordanță cu cele din alte

centre universitare, cu rezultatele recente ale cercetării științifice în domeniul Economiei Internaționale și problematica actuală a reglementărilor existente și aplicabile domeniului Relații Internaționale și Studii Europene.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Evaluare finală	Se evaluează răspunsurile	Examen scris	50%
10.5 TC	Se evaluează răspunsurile	Evaluare continuă/Teme de control	50%
10.6 AA	Se evaluează conținutul proiectului și răspunsurile la întrebări	Susținere proiect/lucrări practice	-
10.7 Standard minim de performanță			
cunoașterea în proporție de 50% a informației transmise;			

Data completării

Semnătura titularului de curs
Conf. univ. dr. Conf. univ. dr. Ștefan
GHEORGHE

Semnătura titularului de seminar
Conf. univ. dr. Conf. univ. dr. Ștefan
GHEORGHE

Data avizării în departament

Semnătura directorului de departament

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Internațională Danubius
1.2 Facultatea	Facultatea de Comunicare și Relații Internaționale
1.3 Departamentul	Științe ale Comunicării
1.4 Domeniul de studii	Științe ale Comunicării
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	Comunicare și Relații Publice
1.7 Forma de învățământ	Învățământ la Distanță
1.8 Anul universitar	2024-2025

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	PRACTICA DE SPECIALITATE II							
2.2 Coordonator de disciplină	-							
2.3 Tutore	Asist. univ. dr. Mirela CURCĂ							
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	II	2.6 Tipul de evaluare	CV4	2.7 Regimul disciplinei ¹	Obl	

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1 Total ore din planul de învățământ	70	din care: 3.2 A.I.		3.3 AT		3.4 TC		3.5 AA	70
3.6 Distribuția fondului de timp pentru studiu individual suplimentar									ore
Studiu individual după manual, suport de curs, bibliografie și notițe									-
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate și pe teren									28
Pregătire activități aplicative asistate, laboratoare, teme, referate, portofolii, teste și eseuri									-
Examinări									2
Alte activități									-
3.7 Total ore de studiu individual suplimentar									30
3.8 Total ore pe semestru									100
3.9 Numărul de credite									4

4. Precondiții (acolo unde este cazul) (Se menționează disciplinele care trebuie studiate anterior.)

4.1 de curriculum	Introducere în Științele Comunicării, Introducere în Sistemul Mass-Media, Introducere în publicitate și analiza discursului publicitar
4.2 de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a AI	
5.2 de desfășurare a AT	
5.3 de desfășurare a TC	
5.4 de desfășurare a AA	- platforma e-learning <i>Danubius online</i> , internet - încheierea convențiilor de practică cu partenerii de practică

¹ obligatorie, opțională, facultativă

6. Competențe specifice acumulate (Vizează competențele asigurate de programul de studiu din care face parte disciplina.)

Competențe profesionale	C1. Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării C1.1 Definierea principalelor concepte specifice domeniului, utilizarea lor și a terminologiei de specialitate în situații multiple C1.2 Explicarea conceptuală a situațiilor de comunicare și a problemelor de specialitate din domeniu. C1.5. Elaborarea unor proiecte de investigație și intervenție în domeniul de specialitate. C.2. Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC) C2.2. Identificarea particularităților utilizării specializate a diverselor tipuri media în comunicare C2.5. Realizarea de portofolii cu privire la dimensiunea mediatică a unui act de informare și/sau comunicare profesionalizată.
Competențe transversale	CT1 Abordarea obiectivă și argumentată atât teoretic, cât și practic, a unor situații – problemă în vederea soluționării eficiente a acestora cu respectarea valorilor și principiilor specifice relațiilor publice CT2 Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice. CT3 Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii.

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Familiarizarea studenților cu activitățile desfășurate la nivelul unor organizații administrative sau civice.
7.2 Obiectivele specifice	- documentarea studenților pe domenii de interes stabilite împreună cu cadre didactice din facultate; - inițierea studenților în activitatea științifică; - să utilizeze cunoștințele teoretice din domeniul relațiilor publice; - creșterea abilității studenților de a opera cu concepte precum: relații publice, mass-media, multimedia, discurs mediatic, publicitate, comunicare în afaceri, etc.

8. Conținuturi

8.4 Activități asistate (AA)	Nr. ore	Metode de predare	Observații
Practica se va desfășura la nivelul facultății sau la nivelul unor instituții publice sau private cu care Facultatea de Comunicare și Relații Internaționale a încheiat o convenție de colaborare pentru practica studenților. În cadrul activității de practică (cercetare, documentare, training) se vor urmări teme precum: - Politici publice (centrale, locale, regionale, sectoriale) - Managementul proiectelor - Analiză instituțională (exemple: structuri organizaționale, comunicare, proceduri de luare a deciziei) - Comunicare interculturală - Interacțiune cetățeni – instituții - Discurs mediatic și publicitar - Comunicarea corporatistă - Comunicarea mass-media	70 de ore	Dialogul prospectiv, analiza unor texte, dezbateri, studiul de caz, analiza, simularea.	Suportul de studiu este postat pe Platforma de e-Learning Sakai
Bibliografie minimală de studiu pentru studenți • Anescot, Monica Eva – <i>Ghid de protocol : Arta de a primi cu eleganță</i> – Pitești, Editura Carminis, 2007 ; • Balaban, Delia Cristina: <i>Publicitatea. De la planificarea strategică la implementarea media</i>, Iași: Editura Polirom, 2009; • Bradbury, A. - <i>Ghidul prezentărilor de succes</i> - București, Editura Rentrop & Straton, 2008; • Cmeciu, Camelia, <i>Introducere în publicitate și reclamă</i>, Galați: Editura Universitară Danubius, 2010; • Dominick, J., <i>Ipostazele comunicării de masă. Media în era digitală</i>, Traducere de Mihai Mănăstireanu, Ana-Valentina Florescu, Aura Bărică, Prefață de Alina Bărgăoanu, Editura Comunicare.ro, București, 2009. • Ferréol, Gilles ; Flageul, N. – <i>Metode și tehnici de exprimare scrisă și orală</i> – Iași, Editura Polirom, 2007; • Langer, Maria - <i>Cum să realizăm CV-uri, scrisori, cărți de vizită și fluturași publicitari</i> – București, Editura Corint, 2005; • Pertek, Jacques – <i>Diplômes et professions en Europe</i> - Bruxelles, Bruylant, 2008; • Preda, Sorin, <i>Introducere în creativitatea publicitară</i>, Iași: Editura Polirom, 2011.			

Cod: ID-02-Ed.5-R0-F2

- Robu, Adriana, *Discursul publicitar din perspectivă pragmatolingvistică*, Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza”, Iași, 2015.
- Simmonds, David - *Proiectarea și livrarea programelor de training* - București, Editura Codecs, 2008.

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

Conținuturile științifice ale temelor propuse în cadrul acestei discipline sunt în concordanță cu cele din alte centre universitare din țară și din străinătate.

Pentru a se corobora competențele disciplinei cu așteptările reprezentanților din piața muncii se vor organiza activități de practică cu parteneri precum:

- Institutii publice (primarii, prefecturi, consilii locale si judetene, diferite institutii de invatamant, institutii medicale, institutii culturale si sportive).
- Institutii private, companii si organizatii din diferite domenii de activitate (comert, business, financiar-bancar, produse si servicii etc.).
- Organizatii non-guvernamentale (asociatii, fundatii, partide politice, ONG-uri din sectoare de mediu, sanatate, persoane dezavantajate, drepturi si libertati, lobby si advocacy, grupuri profesionale, sindicale etc.).
- Agentii de relatii publice, agentii de publicitate, agentii de marketing.
- Institutii media (televiziuni, ziare, radiouri).

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Evaluare finală	Se evaluează răspunsurile și calitatea susținerii colocviului	Colocviu onsite/ online	20%
10.5 TC			
10.6 AA	Participarea la activitățile de practică, gradul de însușire a activităților de specialitate.	Evaluarea caietului de practică	30%
		Evaluarea proiectului de practică	30%
		Evaluarea practicantului de către partenerul de practică	20%
10.7 Standard minim de performanță			
- cunoașterea în proporție de 50 % a informației de specialitate; - prezenta la activitățile de practică 50 %.			

Data completării

Semnătura coordonatorului de practică

Data avizării în
departament

Semnătura directorului de
departament