

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	IF
1.8 Anul universitar	2024-2025

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	SEMIOTICĂ								
2.2 Titularul activităților de curs	Prof. univ. dr. habil. Cristinel Munteanu								
2.3 Titularul activităților de seminar	Prof. univ. dr. habil. Cristinel Munteanu								
2.4 Anul de studiu	III	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei ²	Obl.	2.8. Codul disciplinei CC 3101	Credite 5

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	2	din care: 3.2 curs	1	3.3 seminar / laborator	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	28	din care: 3.5 curs	14	3.6 seminar / laborator	14
3.7 Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					35
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate și pe teren					25
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					25
Tutoriat					-
Examinări					10
Alte activități (participare sesiuni comunicări științifice, proiecte de cercetare ș.a.)					2
3.8 Total ore de studiu individual					97
3.9 Total ore pe semestru					125
3.10 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, Metode de cercetare în științele comunicării
4.2 de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	- sală de curs, video-proiector, laptop, platforma e-learning <i>Danubius online</i> , internet	-
5.2 de desfășurare a seminarului / laboratorului	- sală de curs, video-proiector, laptop, platforma e-learning <i>Danubius online</i> , 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 Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării, prin următorii descriptori: - definirea principalelor concepte: semiotică, semn, icon, indice, simbol, mit. - cunoașterea diferitelor școli semiotice și analize semiotice; - explicarea comparativă a diferitelor analize semiotice; - utilizarea instrumentarului specific analizei semiotice pentru texte (non)verbale din domeniul relațiilor publice; - elaborarea unei imagini și a unui text folosind teorii semiotice.
Competențe transversale	- evaluarea critică a avantajelor diferitelor metode semiotice în anumite contexte; - autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul adaptării metodelor semiotice la analizele calitative ale discursului organizațional.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Disciplina Semiotică are ca obiectiv general formarea unei atitudini științifice cu privire la folosirea modelelor de analiză semiotică în analiza textelor organizaționale, înțelegerea elementelor componente ale modelelor de analiză semiotică.
7.2 Obiectivele specifice	• cunoașterea noțiunilor specifice semioticii; • explicarea și interpretarea unor concepte din domeniul semioticii; • înțelegerea modelelor calitative de analiză semiotică; • capacitatea de a interpreta texte organizaționale folosind modele de analiză semiotică; • utilizarea adecvată a noțiunilor specifice semioticii; • participarea la codarea unor texte organizaționale folosind grila de analiză semiotică.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Repere ale conștiinței semiotice -Definiții și clarificări conceptuale -Domeniul prospectiv al investigației semiotice Semiotică/semiologie Ferdinand de Saussure Charles Sanders Peirce John Deely	prelegerea, analiza unor texte din bibliografie	2 ore
2. Tipologii ale semnelor -Nivelurile semiozei -Semiotica semnificării Thomas Sebeok -Clase de semne	prelegerea, analiza unor texte din bibliografie	2 ore
3. Ființa umană - obiect și subiect al practicii semiotice - Subiectul semioticii - Subiectul semiozei - Competență și interpretare	prelegerea, analiza unor texte din bibliografie	2 ore
4. Semiotica comunicării -Teoria producției de semne -Tipuri de travaliu semiotic Semiotica aplicată a discursului politic Semiotica aplicată a discursului publicitar	prelegerea, analiza unor texte din bibliografie	4 ore
5. Unele semiotici particulare Semiotica spațială	prelegerea, analiza unor texte din bibliografie	4 ore

Semiotica pasiunilor Semiotica narativă		
--	--	--

BIBLIOGRAFIE

Bibliografie minimală de studiu pentru studenți

1. Boudaud, J.J. (2005): *Comunicare, semiotică, semne publicitare*, București: Tritonic.
2. Cmeciu, Camelia-Mihaela (2009): *Introducere în semiotică*, Bacău: EduSoft.
3. Cmeciu, Camelia (2010): *Semiotici textuale*. Iași: Institutul European.
4. Klinkenberg, Jean-Marie (2004): *Inițiere în semiotica generală*, Iași: Institutul European.
5. Roventă-Frumușani, Daniela (1999): *Semiotică, societate, cultură*, Iași: Institutul European.

Bibliografie de elaborare a cursului

- Arsith Mirela (2005), *Semiotica discursului politic*, Iași: Editura Ștefan Lupașcu
- Arsith Mirela (2006), *Semiotica* (note de curs), Bacău: Edusoft.
- Baudrillard, Jean (2005): *Societatea de consum – Mituri și structuri*, București: comunicare.ro
- Borțun, Dumitru (2001): *Semiotică. Limbaj și comunicare*, București: comunicare.ro.
- Boudaud, J.J. (2005): *Comunicare, semiotică, semne publicitare*, București: Tritonic.
- Cmeciu, Camelia-Mihaela (2009): *Introducere în semiotică*, Bacău: EduSoft.
- Cmeciu, Camelia (2010): *Semiotici textuale*. Iași: Institutul European.
- Cârâc, Ioan S. (2003): *Teoria și practica semnului*. Iași: Institutul European.
- Coșeriu, Eugeniu (2009): *Om și limbajul său*, Iași: Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza” din Iași.
- Deely, John (1997): *Bazele semioticii*, București : ALL.
- Eco, Umberto (2008): *O teorie a semioticii*, București: Editura Trei.
- Klinkenberg, Jean-Marie (2004): *Inițiere în semiotica generală*, Iași: Institutul European.
- Mocanu, Mihaela (2020). *Semiotica, de la teorie la practică*, Iași: Ed. UAIC.
- Peirce, Charles Sanders (1990): *Semnificație și acțiune*, Delia Marga (trad.), București: Editura Humanitas.
- Roventă-Frumușani, Daniela (1999): *Semiotică, societate, cultură*, Iași: Institutul European.
- Saussure, Ferdinand de (1998): *Curs de lingvistică generală*, Irina Izverna Tarabac (trad.), Iași: Polirom.
- Sebeok, Thomas A. (2002): *Jocul cu fantasmă. Semiotică și antropologie*, Traducere și postfață de Mariana Neț. București: Editura All.

8.2 Seminar / laborator	Metode de predare	Observații
- Semn, semnificație, semnificare – problematica semnului și a semnificației în contextul științelor comunicării	analiza unor texte din bibliografie exemplificare	2 ore
- Careul semiotic	analiza unor texte din bibliografie exemplificare	2 ore
- Modele semiotice: F. de Saussure, R. Barthes: mitul ca sistem semiotic	analiza unor texte din bibliografie	2 ore
- Modelul triadic al semnului	analiza unor texte din bibliografie	2 ore
- Modelul actanțial & schema narativă	analiza unor texte din bibliografie	2 ore
Semiotica glumei Semne și imagine	analiza unor texte din bibliografie exemplificare	2 ore
- Resurse semiotice. Compoziție, multimodalitate	analiza unor texte din bibliografie	1 ore
- Semiotică a obiectelor de decor (mobila): grila semiotică de consum	analiza unor texte din bibliografie	1 ore

BIBLIOGRAFIE

- Arsith Mirela (2005), *Semiotica discursului politic*, Iași: Editura Ștefan Lupașcu
- Arsith Mirela (2006), *Semiotica* (note de curs), Bacău: Edusoft.
- Klinkenberg, Jean-Marie (2004): *Inițiere în semiotica generală*, Iași: Institutul European.
- Roventă-Frumușani, Daniela (1999): *Semiotică, societate, cultură*, Iași: Institutul European.

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

- Participarea la realizarea unor produse organizaționale.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Frecvență, parcurgerea bibliografiei, cunoașterea informației predate la curs	Examen scris	60%
10.5 Seminar / laborator	Frecvență, elaborarea unor referate, teme de casă, teste, participarea la dezbateri la seminar	Evaluare continuă	40%
10.6 Standard minim de performanță			
- cunoașterea în proporție de 60 % a informației predate la curs; - activitate la seminar de 40 %.			

Data completării
__ / __ / ____

Semnătura titularului de curs
Prof. univ. dr. Cristinel Munteanu

Semnătura titularului de seminar

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 ¹	Licență
1.6 Programul de studii	Comunicare și Relații Publice
1.7 Forma de învățământ	IF
1.8 Anul universitar	2024-2025

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	IMAGINEA PUBLICĂ A LIDERILOR ȘI A INSTITUȚIILOR							
2.2 Titularul activităților de curs	Conferențiar univ. dr. Fănel Teodorașcu							
2.3 Titularul activităților de seminar	Conferențiar univ. dr. Fănel Teodorașcu							
2.4 Anul de studiu	III	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei ²	Cod: CC3110A	Credite: 5

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care: 2 curs		2 seminar / laborator	
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 28 curs		28 seminar / laborator	
3.7 Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate și pe teren					20
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					16
Tutoriat					-
Examinări					3
Alte activități (participare sesiuni comunicări științifice, proiecte de cercetare ș.a.)					10
3.8 Total ore de studiu individual					69
3.9 Total ore pe semestru					125
3.10 Numărul de credite					5

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 cursului	- sală de curs, video-proiector, laptop, platforma e-learning <i>Danubius online</i> , internet
5.2 de desfășurare a seminarului / laboratorului	- sală de curs, video-proiector, laptop, platforma e-learning <i>Danubius online</i> , 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	C.1.1. Definirea principalelor concepte specifice domeniului, utilizarea lor și a terminologiei de specialitate în situații multiple. C.3. Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în procesul de relații publice. Cunoștințe - dobândirea cunoștințelor necesare elaborării și susținerii publice a unei lucrări de licență, cu caracter aplicativ, pe o temă din domeniul studiat. Abilități - utilizarea principalelor concepte specifice disciplinei și a terminologiei de specialitate în diverse analize; - utilizarea corectă a principalelor metode, tehnici, tactici și strategii de elaborare și analiză a imaginilor publice; - utilizarea instrumentarului retoric și semiotic pentru analiza imagologică; - utilizarea strategiilor și a metodelor de modelare a liderilor; - elaborarea unui plan de configurare a unor imagini publice; - elaborarea unei strategii de construire a unor imagini politice. Atitudini - evaluarea critică a metodelor și a modelelor folosite în modelarea imaginilor și a liderilor.
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. Autoevaluarea nevoii de formare profesională în calitate de consilier de imagine.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Disciplina <i>Imaginea publică a liderilor și a instituțiilor</i> are ca obiectiv general formarea unor atitudini și comportamente adecvate în spațiul public și politic.
7.2 Obiectivele specifice	• definirea principalelor concepte specifice disciplinei, utilizarea lor și a terminologiei de specialitate în diverse analize; • utilizarea corectă a principalelor metode, tehnici, tactici și strategii de elaborare și analiză a imaginilor publice; • utilizarea instrumentarului retoric și semiotic pentru analiza imagologică; • utilizarea strategiilor și a metodelor de modelare a liderilor; • evaluarea critică a metodelor și modelelor folosite în modelarea imaginilor și a liderilor; • elaborarea unui plan de configurare a unor imagini publice; • elaborarea unei strategii de construire a unor imagini politice.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Imagine publică-imagine politică Imaginea politică în contextual imaginarului social Personalizarea și imaginile puterii	prelegerea, dezbateră	7 ore
2. Imaginea politică a liderilor Problematica liderologiei Personalitatea politică Ipostaze ale imaginilor puterii și ale liderilor Formarea liderilor politici	prelegerea, dezbateră	7 ore
3. Imaginea publică în contextul ideologiilor	prelegerea, dezbateră	7 ore

Imaginea publică și personalitatea		
4. Imaginea liderilor și a instituțiilor publice din România Imaginarul politic românesc Portretul liderului în România	prelegerea, dezbaterea	7 ore
Bibliografie minimală de studiu pentru studenți: Teodorașcu, Fănel & Arsith, Mirela, <i>Imaginea publică a liderilor și a instituțiilor. Note de curs</i> , Galați, Editura Zigotto, 2014. Miroiu, Mihaela (coord.), <i>Ideologii politice actuale</i> , Iași, Polirom, 2012; Miroiu, Mihaela (coord.), <i>Mișcări feministe și ecologiste în România (1900-2014)</i> , Iași, Polirom, 2015; Corbu, Nicoleta & Botan, Mădălina, <i>Telepreședinții</i> , București, comunicare.ro, 2011; Frigioiu, Nicolae, <i>Putere și imaginar politic</i> , București, Tritonic, 2013; Duduciuc, Alina; Ivan, Loredana & Stănescu, Dan Florin, <i>Comunicare și percepție socială</i> , București, comunicare.ro, 2016; Bibliografie selectivă de elaborare a cursului: Arsith, Mirela, <i>Semiotica discursului politic</i> , Iași, Editura „Ștefan Lupășcu”, 2005; Corbu, Nicoleta & Botan, Mădălina, <i>Telepreședinții</i> , București, comunicare.ro, 2011; Duduciuc, Alina; Ivan, Loredana & Stănescu, Dan Florin, <i>Comunicare și percepție socială</i> , București, comunicare.ro, 2016; Frigioiu, Nicolae, <i>Putere și imaginar politic</i> , București, Tritonic, 2013; Joannès, A.. <i>Comunicarea prin imagini</i> . Traducere de Ioana Manole. Iași, Editura „Polirom”, 2009; McNair, Brian, <i>Introducere în comunicarea politică</i> , Iași, Polirom, 2007; Miroiu, Mihaela (coord.), <i>Ideologii politice actuale</i> , Iași, Polirom, 2012; Miroiu, Mihaela (coord.), <i>Mișcări feministe și ecologiste în România (1900-2014)</i> , Iași, Polirom, 2015; Teodorașcu, Fănel, <i>Gazetărie și literatură. Studii</i> , Iași, Editura „Institutul European”, 2021; Teodorașcu, Fănel, <i>Pamfil Șeicaru</i> , București, Editura Ars Docendi, 2014; Teodorașcu, Fănel, <i>Prin lentila deformatoare a presei. Studii despre literatura efemeră</i> , Editura Institut European, 2020; Umberto Eco, <i>Despre televiziune</i> , Iași, Polirom, 2021.		
8.2 Seminar / laborator	Metode utilizate	Observații
1. Imagine și imaginar în plan social-istoric	<i>Exemplificări. Analize.</i>	7 ore
2. Imagine publică-imagine politică	<i>Analiză comparativă. Exemplificări</i>	7 ore
3. Imagini și liderolgie	<i>Exemplificări. Studii de caz.</i>	7 ore
4. Imagine publică și imaginile liderilor din România	<i>Analize. Exemplificări. Studii de caz</i>	7 ore
Bibliografie: 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> , Editura Institut European, 2020; Teodorașcu, Fănel, “On Journalistic Texts as Sources of Scientific Inquiries”, în <i>Acta Universitatis Danubius. Communicatio</i> , Galați, Editura Universitară Danubius, Vol. 17, No. 2/2023; Teodorașcu, Fănel, “Woman as a Work of Art. Journalistic Opinions from the Interwar Epoch”, în <i>Acta Universitatis Danubius. Communicatio</i> , Galați, Editura Universitară Danubius, Vol. 17, No. 1/2023; Teodorașcu, Fănel, ”On the 8 th of March in the pages of the newspaper <i>Scântea</i> ”, în Iulian Boldea, Cornel Sigmirean, Dumitru-Mircea Buda (Editors), <i>Reading Multiculturalism. Human and Social Perspectives. Section: Communication, Journalism, Education Sciences, Psychology and Sociology</i> , Tîrgu-Mureș, “Arhipelag XXI” Press, 2021; Teodorașcu, Fănel, „Despre «universitatea modernă». Câteva opinii românești din trecut”, în <i>Limba română</i> , anul XXXI, nr. 2 (262)/2021, Chișinău.		
* www.academia.edu		

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 imagine și relații publice.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Frecvență, parcurgerea bibliografiei, cunoașterea informației predate la curs	Examen scris	60%
10.5 Seminar / laborator	Frecvență, elaborarea unor referate, teme de casă, participarea la dezbateri la seminar	Evaluare continuă	40%
		- 2 teme pe platforma <i>Danubius Online</i> (2 x 15%)	30%
		- prezență activă, susținere proiecte și lucrări practice	10%
10.6 Standard minim de performanță			
- cunoașterea în proporție de 60 % a informației predate la curs; - activitate la seminar de 40 %.			

Data completării

Semnătura titularului de curs
Conf. univ. dr. Fănel Teodorașcu

Data avizării în departament

Semnătura titularului de seminar
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 Ciclul de studii ¹	Licență
1.6 Programul de studii	Comunicare și Relații Publice
1.7 Forma de învățământ	IF
1.8 Anul universitar	2024-2025

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	COMUNICARE ȘI RELAȚII PUBLICE ÎN ORGANIZAȚII POLITICE						
2.2 Titularul activităților de curs	Conferențiar univ. dr. Fănel Teodorașcu						
2.3 Titularul activităților de seminar	Asist. univ. dr. Mirela Curcă						
2.4 Anul de studiu	III	2.5 Semestrul	II	2.6 Tipul de evaluare: Examen	2.7 Regimul disciplinei ² Opțională	Cod: CC3211A	Credite: 5

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care: 2 curs		1 seminar / laborator	
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 28 curs		14 seminar / laborator	
3.7 Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate și pe teren					20
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					16
Tutoriat					-
Examinări					3
Alte activități (participare sesiuni comunicări științifice, proiecte de cercetare ș.a.)					10
3.8 Total ore de studiu individual					69
3.9 Total ore pe semestru					125
3.10 Numărul de credite					5

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 cursului	- sală de curs, video-proiector, laptop, platforma e-learning <i>Danubius online</i> , internet
5.2 de desfășurare a seminarului / laboratorului	- sală de curs, video-proiector, laptop, platforma e-learning <i>Danubius online</i> , 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	C.1.1. Definirea principalelor concepte specifice domeniului, utilizarea lor și a terminologiei de specialitate în situații multiple. C.3.5. Elaborarea unui plan de comunicare eficientă în situații definite de comunicare publică. Cunoștințe - dobândirea cunoștințelor necesare elaborării și susținerii publice a unei lucrări de licență, cu caracter aplicativ, pe o temă din domeniul studiat. Abilități - Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării prin următorii descriptori: - definirea principalelor concepte specifice disciplinei, utilizarea lor și a terminologiei de specialitate în diverse situații de PR politic și de comunicare politică; - utilizarea corectă a principalelor metode, tehnici, tactici și strategii de comunicare și PR în mediul politic; - utilizarea instrumentarului retoric, argumentativ și semiotic pentru configurarea comunicării politice - utilizarea strategiilor și a metodelor de comunicare în PR –ul politic; - evaluarea critică a metodelor și modelelor folosite în diverse organizații politice; - elaborarea unui plan de campanie politică; - elaborarea unei strategii de promovare a unui lider sau a unei organizații politice. Atitudini - acceptarea muncii în echipă.
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. Autoevaluarea nevoii de formare profesională în domeniul marketingului politic.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	• Disciplina <i>Comunicare și relații publice în organizații politice</i> are ca obiectiv general formarea unor abilități de comunicare și analiză politică.
7.2 Obiectivele specifice	• cunoașterea, înțelegerea și explicarea pertinentă a paradigmelor politice și a celor ale comunicării; • analiza și interpretarea formelor și sensurilor comunicării politice; • înțelegerea și explicarea ipostazelor rostirii politice în diferitele câmpuri ale socialului; • elaborarea autonomă de strategii de implementare a imaginii unei organizații politice în mentalul colectiv; • realizarea de analize comparate a campaniilor electorale; • abilitatea de reflecție critică și analiză argumentativă cu privire la comunicarea ce se desfășoară în/între diferite organizații politice, între acestea și cetățeni; • elaborarea de judecăți de valoare privind organizațiile politice, legitimarea acestora în relațiile lor cu societatea civilă.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1.Comunicarea politică- un domeniu interdisciplinar 1.1.Interacțiunea dintre paradigmele gândirii politice și cele ale comunicării 1.2. Efectele comunicării politice 1.3. Responsabilitate și angajament în comunicarea politică	prelegerea, dezbateră	3 ore
2.Relațiile publice din domeniul politic 2.1. Scurt istoric 2.2. Actorii politici instituționali: partidele, organizațiile publice,	prelegerea, dezbateră	3 ore

grupurile de presiune, guverne, organizații teroriste 2.3. Managementul mediatic 2.4. Managementul imaginii 2.5. Managementul informației		
3. Marketing politic și electoral 3.1. Clarificare conceptual 3.2. Propaganda 3.3. Publicitatea politică. Campanii de construire a imaginii 3.4. Efecte ale PR-ului politic : statul- spectacol, televiziunea-stat, teledemocrația	prelegerea, dezbateră	3 ore
4. Campania electorală 4.1. Strategii și tactici electorale 4.2. Teme, marele public, grupurile țintă 4.3. Mecanisme și strategii de schimbare atitudinală	prelegerea, dezbateră	3 ore
5. Mass-media politice și mass-media ca actori politici 5.1. Climatul mediatic în care evoluează actorii politici 5.2. Impactul producției mediatice asupra actorilor politici 5.3. Influența mass-media asupra proceselor politice 5.4. Dispozitive de mediatizare : interviul , jurnalul televizat, dezbateră, talk-show-ul politic 5.5. Internetul – un nou <i>medium</i> de comunicare/ promovare politică	prelegerea, dezbateră	4 ore
6. Comunicarea prezidențială 6.1. Competențele președintelui într-un stat democratic 6.2. Modele de comunicare prezidențială 6.3. Campaniile prezidențiale din România	prelegerea, dezbateră	3 ore
7. Comunicarea guvernamentală 7.1. Formele de guvernare 7.2. Coaliții și politici guvernamentale 7.3. Informația guvernamentală; proiectarea informației guvernamentale	prelegerea, dezbateră	3 ore
8. Comunicarea de partid 8.1. Tipuri și sisteme de partide 8.2. Comunicarea internă de partid și comunicarea externă	prelegerea, dezbateră	3 ore
9. Practicile de comunicare ale grupurilor de presiune 9.1. Sindicatele 9.2. Grupurile de lobby 9.3. Organizațiile teroriste	prelegerea, dezbateră	3 ore

Bibliografie minimală de studiu pentru studenți:

Teodorașcu, Fănel, & Arsith, Mirela, *Comunicare și relații publice în organizații politice. Note de curs*, Galați, Editura Zigotto, 2014;

Tănase, Tasențe, *Comunicarea politică prin social media și reacțiile publicului online*, Editura Universitară, 2014;

Teodorașcu, Fănel, *Europa Unită. Planul Briand comentat de presa românească interbelică*, Editura Zigotto, 2015;

Teodorașcu, Fănel, *Zona Galați-Brăila în discursul candidaților la alegerile pentru funcția de primar (în municipiile Galați și Brăila) din iunie 2016*, în Andy Pușcă, Benone Pușcă, Fănel Teodorașcu, Cristian Sandache, Galați-Brăila. Trecut. Actualitate. Perspectivă, Galați, Editura Universitară Danubius, 2017;

Toader, Florența, *Profesionalizarea discursului politic în era „social media”*, București, Editura Universitară, 2014.

Bibliografie selectivă de elaborare a cursului:

Arsith, Mirela, *Semiotica discursului politic*, Editura „Ștefan Lupașcu”, 2005;

Bordean I., *Marketing politic*, Ed. Fundației Academice Danubius, 2006;

Coman, Mihai, *Mass-media în România post-comunistă*, Polirom, 2003;

Corbu, Nicoleta & Botan, Mădălina, *Telepreședinții*, București, comunicare.ro, 2011;

Fănel Teodorașcu, *Prin lentila deformatoare a presei. Studii despre literatura efemeră*, Editura Institut European, 2020;

Haineș, Rosemarie <i>Televiziunea și reconfigurarea politicului</i> , Polirom, 2002; McNair, Brian, <i>Introducere în comunicarea politică</i> , Polirom, 2007; Miroiu, Adrian, <i>O introducere în știința politică</i> , București, Tritonic, 2017; Rus, Flaviu Călin, <i>PR politic</i> , Institutul European, 2006; Tănase, Tasențe, <i>Comunicarea politică prin social media și reacțiile publicului online</i> , Editura Universitară, 2014; Toader, Florența, <i>Profesionalizarea discursului politic în era „social media”</i> , București, Editura Universitară, 2014; Umberto Eco, <i>Despre televiziune</i> , Iași, Polirom, 2021.		
8.2 Seminar	Metode de utilizare	Observații
1. Persuadare și manipulare prin comunicarea politică	(dezbatere)	2 ore
2. Comunicarea politică prin <i>social media</i>	(dezbatere)	2 ore
3. Organizarea și desfășurarea celor mai recente campanii electorale	(dezbatere)	4 ore
4. Instituția prezidențială – practici de comunicare. Studiu de caz- www.presidency.ro	Studiu de caz - www.presidency.ro	2 ore
5. Agenda publică a primului-ministru și disponibilitatea informației guvernamentale. Studiu de caz - www.gov.ro	Studiu de caz - www.gov.ro	2 ore
6. Analiza imaginii principalelor partide românești în presa scrisă. Gestionarea imaginii partidului în mediul virtual.	Analiză comparativă (www.psd.ro , www.pnl.ro , www.udmr.ro etc.)	2 ore
Bibliografie: Barbaros Corina, <i>Comunicarea politică</i> , Adeneum, 2014; Barbaros Corina, <i>Marketingul politic</i> , Adeneum, 2014; Benoit, William L., <i>Communication in Political Campaigns</i> , Peter Lang, 2007; Fănel Teodorașcu, <i>Prin lentila deformatoare a presei. Studii despre literatura efemeră</i> , Editura Institut European, 2020; Tănase, Tasențe, <i>Comunicarea politică prin social media și reacțiile publicului online</i> , Editura Universitară, 2014; Umberto Eco, <i>Despre televiziune</i> , Iași, Polirom, 2021. * https://pnl.ro ; https://usr.ro ; https://udmr.ro ; https://www.psd.ro ; https://edition.cnn.com ; www.academia.edu .		

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

- Participarea la identificarea și promovarea politică a 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 Curs	Frecvență, parcurgerea bibliografiei, cunoașterea informației predate la curs	Examen scris	60%
10.5 Seminar / laborator	Frecvență, elaborarea unor referate, teme de casă, participarea la dezbateri la seminar	Evaluare continuă	40%
		- 2 teme pe platforma <i>Danubius Online</i> (2 x 15%)	30%
		- prezență activă, susținere proiecte și lucrări practice	10%
10.6 Standard minim de performanță			
cunoașterea în proporție de 60 % a informației predate la curs;			

- activitate la seminar de 40 %.

Data completării

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

Conf. univ. dr. Fănel Teodorașcu

Asist. univ. dr. Mirela Curcă

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 ¹	Licență
1.6 Programul de studii	CRP
1.7 Forma de învățământ	IF
1.8 Anul universitar	2024-2025

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	PSIHOLOGIA COMUNICĂRII						
2.2 Titularul activităților de curs	Lect. univ. dr. Marian PANAINTE						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. univ. dr. Marian PANAINTE						
2.4 Anul de studiu	III 2024-2025	2.5 Semestrul	II	2.6 Tipul de evaluare Examen scris	2.7 Regimul disciplinei ² Opțională	2.8. Codul disciplinei CC3212A	Credite 5

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar / laborator	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar / laborator	14
3.7 Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate și pe teren					15
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					5
Tutoriat					-
Examinări					4
Alte activități					4
3.8 Total ore de studiu individual					58
3.9 Total ore pe semestru					100
3.10 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 cursului	- sală de curs, video-proiector, laptop, platforma e-learning <i>Danubius online</i> , internet
5.2 de desfășurare a seminarului / laboratorului	- sală de curs, video-proiector, laptop, platforma e-learning <i>Danubius online</i> , internet

¹ licență, masterat, doctorat

² obligatorie, opțională, facultativă

6. Competențe specifice acumulate (Vizează competențele asigurate de programul de studii 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. C1.5 Elaboarea unor proiecte de investigație și intervenție în domeniul de specialitate. C2.1 Identificarea și înțelegerea teoriilor cu privire la gestiunea informațiilor, comunicarea mediatică, sistemele media, dinamica acestora și la efectele comunicării mediatice. C3.1 Definirea conceptelor, teoriilor, paradigmatelor și metodologiilor utilizate în analiza comunicării. C3.2 Tratarea comunicării și a publicului / audienței din perspectiva unor parametri specifici domeniului. Cunoștințe - Cunoașterea aspectelor psihologice implicate în comunicare - Caracterizarea principalelor paradigme de studiu ale comunicării din perspectivă psihologică. Abilități - Însușirea principalelor tehnici de investigare a comunicării din perspectivă psihologică. - Dezvoltă abilități de elaborare a unui proiect de cercetare în comunicare. Atitudini - Manifestarea unei atitudini pozitive și responsabile față de domeniul științific . - Cultivarea unei atitudini responsabile față de activitatea de cercetare în domeniu.
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. 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>Psihologia comunicării</i> vizează competențe specifice pentru familiarizarea cu conceptele și modelele teoretice de baza care explică comportamentul uman în context social, a proceselor de influență socială, de grup sau interpersonală.
7.2.Obiectivele specifice	- Dobândirea unei grile riguroase și fundamentate de analiză a principalelor a comunicării din perspectivă psihologică - Formarea capacității de a detecta în cotidian posibilități de aplicare a psihologiei sociale și a științelor sociale în general - Relaționarea și comunicarea interpersonală. - Capacitatea de a identifica principalele blocaje care apar în calea comunicării eficiente. - Familiarizarea cu elementele importante ale procesului de comunicare. - Identificarea nivelului propriu al unor abilități esențiale de comunicare, precum și dezvoltarea acestora. - Deprinderea abilităților de a folosi cu succes anumite tehnici și strategii de comunicare.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
I. Psihologia proceselor de comunicare 1. Rolul emoțiilor în comunicare 2. Efecte comunicative ale comportamentului vizual	prelegerea, discursul interactiv, dezbaterea unor texte, prezentări video, sistem e-learning	6 ore
II. Comportamente nonverbale, persuasiune și credibilitate 1. Tehnici de influență interpersonală 2. Diferențe individuale în conversații	prelegerea, discursul interactiv, dezbaterea unor texte, prezentări video, sistem e-learning	8 ore
III. Schimbarea de atitudine 1. Acuratețe și distorsiune în auto-cunoaștere 2. Auto-prezentarea	prelegerea, discursul interactiv, dezbaterea unor texte, prezentări video, sistem e-learning	6 ore

IV. Auto-îndeplinirea profețiilor în relațiile interpersonale 1. <i>Identitatea socială</i> 2. <i>Teritorialitatea și spațiul persona</i> 3. <i>Gândirea de grup</i>	prelegerea, discursul interactiv, dezbaterea unor texte, prezentări video, sistem e-learning	8 ore
--	--	-------

BIBLIOGRAFIE

Bibliografie minimală de studiu pentru studenți

- Bailenson, J.N. (2005). Transformed Social Interaction, Augmented Gaze, and Social Influence in Immersive Virtual Environments. *Human Communication Research*, Vol. 31 No. 4, October 2005 511–537
- Bandura, A. (2001) Social Cognitive Theory of Mass Communication. *MEDIAPSYCHOLOGY*, 3, 265–299.
- Boncu, Ș. (1999). Psihologie și societate. Iași: Erola.
- Boncu, Ș. (2002). Psihologia influenței sociale. Iași: Polirom.
- Doise, W., Deschamp, J.-C., Mugny, G. (1999). Psihologia socială experimentală. Iași: Polirom.
- Drozda-Senkowska, E. (2000). Psihologie socială experimentală. Iași: Polirom.

- *Resurse online:* http://www.psih.uaic.ro/~sboncu/romana/Curs_psihologie_sociala/curs_index.html

Bibliografie selectivă de elaborare a cursului

- Bailenson, J.N. (2005). Transformed Social Interaction, Augmented Gaze, and Social Influence in Immersive Virtual Environments. *Human Communication Research*, Vol. 31 No. 4, October 2005 511–537
- Bandura, A. (2001) Social Cognitive Theory of Mass Communication. *MEDIAPSYCHOLOGY*, 3, 265–299.
- Boncu, Ș. (1999). Psihologie și societate. Iași: Erola.
- Boncu, Ș. (2002). Psihologia influenței sociale. Iași: Polirom.
- Cheshire, C., Antin, J. (2008). The Social Psychological Effects of Feedback on the Production of Internet Information Pools. *Journal of Computer-Mediated Communication* 13 (2008) 705–727
- Cousins, S. T. (1989). Culture and self-perception in Japan and United States. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56, 124-131.
- Doise, W., Deschamp, J.-C., Mugny, G. (1999). Psihologia socială experimentală. Iași: Polirom.
- Drozda-Senkowska, E. (2000). Psihologie socială experimentală. Iași: Polirom.
- Guerrero, L.K., Floyd, K. (2008). Nonverbal Communication in Close Relationships
- Isenberg, D. J. (1986). Group polarization: A critical review and meta-analysis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50, 1141-1151.
- Johnson, D. W., Johnson, F. P. (1994). *Joining together. Group theory and group skills*. Boston: Allyn and Bacon.
- Riggio, R.E., Feldman, R.S. (2005). *Applications of Nonverbal Communication*.

- *Resurse online:* http://www.psih.uaic.ro/~sboncu/romana/Curs_psihologie_sociala/curs_index.html

8.2 Seminar / laborator	Metode și procedee didactice	Observații
1. Indici nonverbal ai puterii și dominanței în relațiile interpersonale - <i>Aplicații ale comportamentului nonverbal în politică</i>	explicația, conversația euristică, dezbaterea, brainstorming-ul, problematizarea, studiul de caz, analiza, sinteza, prezentări video, sistem e-learning	3 ore
2. Indici comportamentali ai emoțiilor de bază – modelul lui Paul Ekman	explicația, conversația euristică, dezbaterea, brainstorming-ul, problematizarea, studiul de caz, analiza, sinteza, prezentări video, sistem e-learning	4 ore
3. Atracția interpersonală - <i>Influența minoritară</i>	explicația, conversația euristică, dezbaterea, brainstorming-ul, problematizarea, studiul de caz, analiza, sinteza, prezentări video, sistem e-learning	3 ore
4. Comportamentul de ajutorare - <i>Psihologia socială a dragostei</i>	explicația, conversația euristică, dezbaterea, brainstorming-ul, problematizarea, studiul de caz, analiza,	4 ore

	sinteza, prezentări video, sistem e-learning	
Bibliografie		
- Boncu, Ș. (1999). Psihologie și societate. Iași: Erola. - Boncu, Ș. (2002). Psihologia influenței sociale. Iași: Polirom. - Ekman, P., Friesen, W.V. (1972). Emotion in the Human Face. Pergamon general psychology series - <i>Resurse online:</i> http://www.psih.uaic.ro/~sboncu/romana/Curs_psihologie_sociala/curs_index.html		

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 științelor comunicării și problematica actuală a reglementărilor existente și aplicabile *domeniului media românesc*;
- Programul disciplinei este integrat în programele de studii asociate domeniului Științelor comunicării din UDG, fiind corelată cu programe de studii din *domeniul media*, similare din universitățile din țară și europene ce aplică sistemul Bologna;
- Se asigură studenților competențe adecvate cu necesitățile calificărilor actuale, o pregătire științifică și aplicată adecvată *domeniului media*, care să le permită inserția rapidă pe piața muncii după absolvire, dar și posibilitatea continuării studiilor prin programe de masterat și doctorat;
- Programul de studii *Media digitală* este încadrat în politica și strategia Universității „DANUBIUS” din Galați, atât din punct de vedere al conținutului și structurii, cât și din punct de vedere al integrării și deschiderii internaționale oferite studenților.

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 Seminar / laborator	Frecvență, parcurgerea bibliografiei, cunoașterea informației predate la curs, elaborarea unor referate, teme de casă pe platforma Danubius Online, teste pe platforma Danubius Online, participarea la dezbateri, gradul de însușire a limbajului de specialitate	Evaluare continuă:	40%
		- 1 test pe Danubius Online	15%
		- 1 temă pe Danubius Online	15%
		- Prezentă activă, susținere proiecte și lucrări practice	10%
10.6 Standard minim de performanță			
- cunoașterea în proporție de 50 % a informației predate la curs; - activitate la seminar de 50 %.			

Data completării

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

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 ¹	Licență
1.6 Programul de studii	Comunicare și Relații Publice
1.7 Forma de învățământ	IF
1.8 Anul universitar	2024-2025

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	ECONOMIE INTERNAȚIONALĂ						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Sergiu ȘORCARU						
2.3 Titularul activităților de seminar	Conf. univ. dr. Sergiu ȘORCARU						
2.4 Anul de studiu	III	2.5 Semestrul	II	2.6 Tipul de evaluare Examen	2.7 Regimul disciplinei Opțională	Cod: CC3213A	Credite 5

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care: 2 curs	2 seminar / laborator	
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 28 curs	28 seminar / laborator	
3.7 Distribuția fondului de timp				ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe				20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate și pe teren				20
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri				20
Tutoriat				-
Examinări				3
Alte activități (participare sesiuni comunicări științifice, proiecte de cercetare ș.a.)				6
3.8 Total ore de studiu individual				69
3.9 Total ore pe semestru				125
3.10 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

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

Competențe profesionale	C1. Utilizarea fundamentelor teoriilor relațiilor internaționale în studiul proceselor europene și internaționale C1.1 Analizarea și interpretarea proceselor politice europene și internaționale C1.3 Analiza unei situații date prin aplicarea unor principii, teorii și metode fundamentale din domeniul relațiilor internaționale C2. Elaborarea proiectelor europene și internaționale C2.1 Identificarea cadrului european și internațional relevant în domeniul elaborării proiectelor C2.2 Determinarea și explorarea domeniilor de interes și priorităților în politici europene și internaționale Cunostinte: 1. Cunoașterea, înțelegerea conceptelor, teoriilor și metodelor de bază ale domeniului și ale ariei de specializare; utilizarea lor adecvată în comunicarea profesională 2. Utilizarea cunoștințelor de bază pentru explicarea și interpretarea unor variate tipuri de concepte, situații, procese, proiecte etc. asociate domeniului Abilitati: Aplicarea unor principii și metode de bază pentru rezolvarea de probleme/situații bine definite, tipice domeniului în condiții de asistență calificată
Competențe transversale	CT1. Aplicarea, în mod responsabil, a principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în realizarea sarcinilor profesionale, identificarea obiectivelor de realizat, a resurselor disponibile, a etapelor de lucru, a duratelor de execuție, a termenelor de realizare aferente și a riscurilor aferente. CT2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipă multidisciplinară corespunzătoare diverselor paliere ierarhice.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Familiarizarea studenților cu problemele de stringentă actualitate legate de mecanismele funcționării relațiilor economice internaționale în cadrul economiei internaționale;
7.2 Obiectivele specifice	- analizarea structurii sistemului economiei internaționale și a circuitului economic internațional; - reliefa poziției U.E. în cadrul economiei internaționale; - sprijinirea studenților în realizarea unor cercetări științifice privind procesele integrative interstatale și fenomenul globalizării la scară mondială, precum și a efectelor acestora asupra dezvoltării armonioase economice la nivel internațional; - clarificarea și interpretarea unor idei, proiecte, procese, precum și a conținuturilor teoretice și practice ale acestei discipline; - cunoașterea principiilor pe baza cărora funcționează economia internațională.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Procesul evolutiv al economiei mondiale	prelegerea, dezbateră	2 ore
2. Sistemul economiei mondiale	prelegerea, dezbateră	2 ore
3. Diviziunea mondială a muncii	prelegerea, dezbateră	2 ore
4. Relațiile economice internaționale	prelegerea, dezbateră	2 ore
5. Ordinea economică mondială	prelegerea, dezbateră	2 ore
6. Globalizarea economiei mondiale	prelegerea, dezbateră	2 ore
7. Economiiile țărilor în dezvoltare și relațiile de cooperare ale acestora	prelegerea, dezbateră	2 ore
Bibliografie minimală de studiu pentru studenți Biró, D. - Relațiile internaționale contemporane: teme centrale în politica mondială, Polirom, 2016.		

- Alexoaei, A. P., Apăvăloaei, M.A.; Bari, I. - Relații economice internațional: teorii, strategii, politici, instrumente și studii de caz, Editura A.S.E, 2017.
- Bari I., *Tratat de economie politică globală*, Editura Economică, București, 2010.
- Băcescu M. & alții, *Politici macroeconomice de integrare a României în Uniunea Europeană*, Editura Economică, București, 2008
- Krugman, P., R., Obstfeld, Melitz, M., Mark J., *International Economics, Theory and Policy*, Ninth Edition, Addison-Wesley, 2012
- Bonciu F., *Economie mondială*, Editura Universitară, București, 2009.

Bibliografie de elaborare a suportului de studiu

- Biró, D. - Relațiile internaționale contemporane: teme centrale în politica mondială, Polirom, 2016.
- Alexoaei, A. P., Apăvăloaei, M.A.; Bari, I. - Relații economice internațional: teorii, strategii, politici, instrumente și studii de caz, Editura A.S.E, 2017.
- Bari I., *Tratat de economie politică globală*, Editura Economică, București, 2010.
- Krugman, P., R., Obstfeld, Melitz, M., Mark J., *International Economics, Theory and Policy*, Ninth Edition, Addison-Wesley, 2012
- Băcescu M. & alții, *Politici macroeconomice de integrare a României în Uniunea Europeană*, Editura Economică, București, 2008
- Bonciu F., *Economie mondială*, Editura Universitară, București, 2009.
- Cucui I., Negreponi-Delivanis M., Stegăroiu I., *Mélanges en hommage à Jean-Claude Dischamps*, Maison D'Édition Bibliotheca, Târgoviște, 2009.
- Dobrescu E. M., *Integrarea Economică*, Ediția a III a, Wolters Kluwer, România, , Colecția Economica. București 2010
- Manolescu Gh., *Politica monetară în perspectiva globalizării*, Editura Universitară, București, 2009.
- Popa I., *Negocierea comercială internațională*, Editura Economică, București, 2006
- Vătăman D., David I., *România și Uniunea Europeană*, Pro Universitaria, București, 2008.

8.2 Seminar / laborator	Metode de utilizare	Observații
1. Structuri macroeconomice	(dezbateri)	2 ore
2. Economiiile naționale	(dezbateri / aplicații)	2 ore
3. Tipuri și forme ale organizațiilor economice interstatale	(dezbateri / aplicații)	2 ore
4. Societățile transnaționale (STN)	(dezbateri / aplicații)	2 ore
5. Economiiile naționale	(dezbateri / aplicații)	2 ore
6. Globalizarea economiei mondiale	(dezbateri / aplicații)	2 ore
7. Economiiile țărilor în dezvoltare și relațiile de cooperare ale acestora	(dezbateri / aplicații)	2 ore

Bibliografie:

- Biró, D. - Relațiile internaționale contemporane: teme centrale în politica mondială, Polirom, 2016.
- Alexoaei, A. P., Apăvăloaei, M.A.; Bari, I. - Relații economice internațional: teorii, strategii, politici, instrumente și studii de caz, Editura A.S.E, 2017.
- Krugman, P., Obstfeld, M. - *International Economics*, Pearson, 2018.
- Krugman, P., Obstfeld, M., Melitz, M. - *International Economics, Theory and Policy*, Pearson, 2017.
- Hill, C. - *International Business: Competing in the Global Marketplace*, McGraw-Hill Education, 2021.
- Lairson, T. D.; Skidmore, D. - *International Political Economy: Perspectives on Global Power and Wealth*, W. W. Norton & Company, 2019.
- Reinert, K. - *Introduction to International Economics*, Taylor & Francis, 2017.
- Pugel, Thomas A. - *International Economics*, McGraw-Hill Education, 2019.
- Salvatore D. - *Introduction to International Economics*, Wiley, 2018.
- Krugman, P., Obstfeld, M., Melitz, M. – *Economics of International Trade and Payments*, Pearson, 2017
- Dobrescu E. M., *Integrarea Economică*, Ediția a III a, Wolters Kluwer, România, , Colecția Economica. București 2010
- Bonciu F., *Economie mondială*, Editura Universitară, București, 2009.
- Manolescu Gh., *Politica monetară în perspectiva globalizării*, Editura Universitară, București, 2009.
- Cucui I., Negreponi-Delivanis M., Stegăroiu I., *Mélanges en hommage à Jean-Claude Dischamps*,

Maison D'Édition Bibliotheca, Târgoviște, 2009. • Băcescu M. & alții, <i>Politici macroeconomice de integrare a României în Uniunea Europeană</i>, Editura Economică, București, 2008. • Popa I., <i>Negocierea comercială internațională</i>, Editura Economică, București, 2006.
--

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

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • 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 Curs	Frecvență, parcurgerea bibliografiei, cunoașterea informației predate la curs	Examen scris	60%
10.5 Seminar / laborator	Frecvență, elaborarea unor referate, teme de casă, participarea la dezbateri la seminar	Evaluare continuă	40%
		- 2 teme pe platforma <i>Danubius Online</i> (2 x 15%)	30%
		- prezență activă, susținere proiecte și lucrări practice	10%
10.6 Standard minim de performanță			
- cunoașterea în proporție de 60 % a informației predate la curs; - activitate la seminar de 40 %.			

Data completării

Semnătura titularului de curs
Conf. univ. dr. Sergiu ȘORCARU

Semnătura titularului de seminar
Conf. univ. dr. Sergiu
ȘORCARU

Data avizării în departament

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

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 ¹	Licență
1.6 Programul de studii	Comunicare și Relații Publice
1.7 Forma de învățământ	IF
1.8 Anul universitar	2024-2025

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	MANAGEMENTUL RELAȚIILOR PUBLICE						
2.2 Titularul activităților de curs	Lect. univ. dr. Ionel Sergiu PÎRJU						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. univ. dr. Ionel Sergiu PÎRJU						
2.4 Anul de studiu	III	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare Examen scris	2.7 Regimul disciplinei ² Obligatorie	2.8. Codul disciplinei CC3102	Credite 5

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care: 2 curs	2	2 seminar / laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 28 curs	28	28 seminar / laborator	28
3.7 Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					25
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate și pe teren					20
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					15
Tutoriat					-
Examinări					3
Alte activități					6
3.8 Total ore de studiu individual					69
3.9 Total ore pe semestru					125
3.10 Numărul de credite					5

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

4.1 de curriculum	Introducere în relații publice
4.2 de competențe	C4.1 Identificarea conceptelor și metodelor adecvate dezvoltării unui produs de RP.

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	- sală de curs, video-proiector, laptop, platforma e-learning <i>Danubius online</i> , internet
5.2 de desfășurare a seminarului / laboratorului	- sală de curs, video-proiector, laptop, platforma e-learning <i>Danubius online</i> , internet

¹ licență, masterat, doctorat

² obligatorie, opțională, facultativă

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<i>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.</i> <i>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.</i> <i>C4 Realizarea și promovarea unui produs de relații publice.</i> <i>C4.1 Identificarea conceptelor și metodelor adecvate dezvoltării unui produs de RP.</i> <i>C4.2 Explicarea și interpretarea unui eveniment de RP din perspectiva planificării lui strategice.</i> <i>C4.3 Utilizarea unor cadre metodologice adecvate realizării unui produs de RP.</i> <i>C4.4 Validarea programelor și produselor de RP prin tehnici de evaluare specifice.</i> <i>C4.5 Elaborarea documentației pentru prezentarea unui produs RP.</i> <i>C5.4 Evaluarea critică a metodelor și modelelor folosite în gestionarea comunicării de criză și/sau de mediere a conflictelor de comunicare.</i> <i>C5.5 Elaborarea unui plan de comunicare de criză și/sau mediere a unui conflict de comunicare.</i> Cunoștințe - Cunoașterea, înțelegerea conceptelor, teoriilor și metodelor de bază ale domeniului și ale ariei de specializare; utilizarea lor adecvată în comunicarea profesională - Utilizarea cunoștințelor de bază pentru explicarea și interpretarea unor variate tipuri de concepte, situații, procese, proiecte etc. asociate domeniului Abilități - Aplicarea unor principii și metode de bază pentru rezolvarea de probleme/situații bine definite, tipice domeniului în condiții de asistență calificată - Utilizarea adecvată de criterii și metode standard de evaluare pentru a aprecia calitatea, meritele și limitele unor procese, programe, proiecte, concepte, metode și teorii Atitudini - toleranță față de valorile și principiile europene
Competențe transversale	<i>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.</i> <i>Standarde minimale de performanță pentru evaluarea competenței: Elaborarea unui proiect de specialitate sau cel puțin a unei părți a unui asemenea proiect, aplicând atât cunoștințe, teorii și metode de diagnostic și intervenție, cât și norme și principii de etică profesională.</i> <i>CT2 Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice.</i> <i>Standarde minimale de performanță pentru evaluarea competenței: Participarea la realizarea unui proiect în echipa, cu îndeplinirea unor funcții profesionale date.</i> <i>CT3 Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii.</i> <i>Standarde minimale de performanță pentru evaluarea competenței: Identificarea nevoii de formare profesională și realizarea unui plan de carieră, prin utilizarea resurselor informaționale.</i>

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Disciplina Managementul relațiilor publice are ca obiectiv general familiarizarea studenților cu principalele strategii și reguli pe care le utilizează managerii în adoptarea deciziilor cu caracter permanent în domeniul relațiilor publice ale organizației (cum este susținută misiunea societății).
7.2.Obiectivele specifice	- capacitatea de a stabili planurile de acțiune ale unei organizații; - abilitatea de a analiza situația existentă și de a atinge obiectivele generale ale organizației; - realizarea unui plan de campanie și de relații publice; - stabilirea variabilelor și indicatorilor de evaluare a unei activități de relații publice; - abilitatea de a atinge un avantaj competițional utilizând tehnicile de relații publice.

RECOMANDARE - IMPARTITI TEMELE/ORLE DE CURS/SEMINAR IN 4 MODULE

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1.Planurile de acțiune ale unei organizații 1.1. Departamentele de relații publice 1.2. Demersul comunicării publice 1.3. Planificarea activităților	prelegerea, dezbateră	4 ore

2.Domeniul de activitate al unei organizații 2.1.Imaginea organizației 2.2. Sistemul de valori 2.3 Cultura organizațională	prelegerea, dezbaterea	4 ore
3.Planul de campanie 3.1.Publicul țintă 3.2. Definirea obiectivelor 3.3. Monitorizarea problemelor	prelegerea, dezbaterea	4 ore
4. Campania de relații publice 4.1.Sloganul 4.2 Construirea axei campaniei	prelegerea, dezbaterea	4 ore
5. Strategia Managementului Relațiilor Publice 5.1. Stabilirea armoniei interne a companiei 5.2. Atragerea publicului țintă 5.3. Orientarea pe termen lung 5.4 Managementul riscului	prelegerea, dezbaterea	4 ore
6. Utilizarea canalelor mediatice în Management 6. 1. Mass media 6.2.Suporturi 6.3.Mijloace	prelegerea, dezbaterea	8 ore

BIBLIOGRAFIE

Bibliografie minimală de studiu pentru studenți

Bordeian,I. (2010). Management general. Editura universitară Danubius. Galați.
Burghelea, C. & Iacob, O.C. (2013). Managementul operațional al producției. Editura Biblioteka. Târgoviște.
Cardon, A. (2015). Coaching si leadership in procesele de tranziție. Editura Codecs. București.
Dinescu, M.C. (2011). Highly Schilled MIgration. A Romanian Perspective. International Conference of European Integration Realities and Perspectives. Universitatea Danubius. Galați.
Maxwell, J. (2017). Fără limite. Cum sa îți atingi potențialul maxim. Editura Amalteea. București.
Mureșan, D. (2012). Management Public. Editura Universitară. București.
Nica, P. & Iftimescu, A. (2014). Management – concepte și aplicații. Editura Sedcom Libris. Iași.
Ridderstrale,J. & Wilcox, M. (2011). Revitalizarea corporației - Cum reușesc liderii să producă schimbarea. Editura Publică. București.
Zaiț, D. (2010). Incitații ale inovării interorganizaționale. Management Intercultural. Anul XI. Nr. 21. Editura Universității „A.I. Cuza” Iași.
Zlate, M. (2008). Leadership si management. Editura Polirom. Iași.
Winget, L. Harrell, K. Silverstein,S. Emmerich, R. Hardy, M. McKain, S. Ford, F. Osteen, V. Clark, D. Hyken, S. (2012). Cele mai bune lecții de leadership. Idei excelente pentru îmbunătățirea vieții tale personale si de afaceri de la câțiva dintre cei mai buni oratori, traineri, consultanți si autori din lume. Editura Business Tech. București.

• Bibliografie selectivă de elaborare a cursului

Androniceanu, A. (2011). Managementul proiectelor publice cu finanțare internațională. Editura Internațională. București.
Adar, A. (2015). Coaching si leadership in procesele de tranziție. Editura Meteor Press. București.
Arnulf, J.K. (2015). Despre leadership. Cum atingi rezultate remarcabile prin oameni obisnuiți. Editura Universitară. București.
Bordeian,I. (2010). Management general. Editura universitară Danubius. Galați.
Burghelea, C. & Iacob, O.C. (2013). Managementul operațional al producției. Editura Biblioteka. Târgoviște.
Cardon, A. (2015). Coaching si leadership in procesele de tranziție. Editura Codecs. București.
Chhokar, J.S. Brodbeck, F.C. House, R.J. (2008). Culture and Leadership across the World. The Globe book of in dept Studies of 25 societies. Editura Taylor & Francis Group. Londra.
Dinescu, M.C. (2011). Highly Schilled MIgration. A Romanian Perspective. International Conference of European Integration Realities and Perspectives. Universitatea Danubius. Galați.
Gavreluc, A. (2011). Psihologie Interculturală. Editura Polirom. Iași.
Harrel, K. (2014). Atitudine de lider - Cum sa preiei conducerea prin dobândirea capacitaților de a-i influenta pozitiv pe alții pentru a da ce au mai bun din ei. Editura Business Tech. București.

Kahneman, D. (2012). Gândire rapidă, gândire lentă. Editura Publică. București.

Maxwell, J. (2017). Fără limite. Cum să îți atingi potențialul maxim. Editura Amalteea. București.

Mureșan, D. (2012). Management Public. Editura Universitară. București.

Neacșu, I. (2010). Introducere în psihologia educației și a cercetării. Editura Polirom. Iași.

Onea, N.A. (2011). Diversitate culturală în management. O abordare interregională. Editura Universității „Al. I. Cuza”. Iași.

Nica, P. & Iftimescu, A. (2014). Management – concepte și aplicații. Editura Sedcom Libris. Iași.

Nicolescu, O. & Veroncu, I. (2011). Romanian Management Status and Performance in the European Environment. Revista de Management Comparat Internațional. Vol 12. Editura ASE. București.

Peters, T. (2011). Cercul inovației. Editura Publică. București.

Pirju, I.S. (2014). Proximitatea culturală în managementul schimburilor economice internaționale. Editura Universității Naționale de Apărare „Carol I”. București.

Pirju, I.S. (2017). Strategia Managementului de Proiect. Editura Universitară Danubius. Galați.

Radu, C. & Năstase, M. (2011). Leadership and gender differentiation. Revista de Management Comparat Internațional. Vol. 12. Editura ASE. București.

Ridderstrale, J. & Wilcox, M. (2011). Revitalizarea corporației - Cum reușesc liderii să producă schimbarea. Editura Publică. București.

Ștefănescu, C. (2010). The implications of the ethical values on the Management. Revista de Management General. Volumul XI. Editura Expert. București.

Zaiț, D. (2009). România și integrarea europeană. Convergență economică – experiență și cunoaștere. Editura Universității „Al. I. Cuza”. Iași.

Zaiț, D. (2010). Incitații ale inovării interorganizaționale. Management Intercultural. Anul XI. Nr. 21. Editura Universității „A.I. Cuza” Iași.

Zlate, M. (2008). Leadership și management. Editura Polirom. Iași.

Winget, L. Harrell, K. Silverstein, S. Emmerich, R. Hardy, M. McKain, S. Ford, F. Osteen, V. Clark, D. Hyken, S. (2012). Cele mai bune lecții de leadership. Idei excelente pentru îmbunătățirea vieții tale personale și de afaceri de la câțiva dintre cei mai buni oratori, traineri, consultanți și autori din lume. Editura Business Tech. București.

8.2 Seminar / laborator	Metode și procedee didactice	Observații
1. Misiunile și obiectivele departamentului de relații publice 1.1 Vizibilitatea organizației 1.2 Tipuri de operațiuni publice	(power point realizat de un grup de studenți+ dezbateri)	4 ore
2. Schema de organizare a departamentului de management al relațiilor publice 2.1 Atribuțiile șefului de departament 2.2 Specialiștii în relații publice	(power point realizat de un grup de studenți+ dezbateri)	4 ore
3. Manifestările publice ale unei organizații 3.1 Relațiile cu presa 3.2 Publicitate instituțională, socială și de susținere 3.3 Campaniile de opinie 3.4 Afacerile publice și lobby-ul	(power point realizat de un grup de studenți+ dezbateri; studiu de caz)	4 ore
4. Situații critice în gestiunea Managementului Relațiilor Publice 4.1 Depășirea lipsei de experiență 4.2 Supraîncărcarea departamentului cu diverse sarcini 4.3 Pierderea autonomiei profesionale	(elaborări pe grupe de studenți)	4 ore
5. Realizarea unei campanii de comunicare internă 5.1. Strategii de gestionare a conflictelor la nivel interpersonal și managerial 5.2. Tehnici de comunicare eficientă în grupuri și organizații	(power point realizat de un grup de studenți+ dezbateri; studiu de caz)	4 ore
6. Reforma Managementului Relațiilor Publice la nivel european	(power point realizat de un grup de studenți+ dezbateri; studiu de caz)	8 ore

6.1 Resursele financiare și drepturile legate de servicii		
6.2 Relația cu cetățeanul		
Bibliografie		
Androniceanu, A. (2011). Managementul proiectelor publice cu finanțare internațională. Editura Internațională. București. Adar, A. (2015). Coaching si leadership in procesele de tranziție. Editura Meteor Press. București. Arnulf, J.K. (2015). Despre leadership. Cum atingeți rezultate remarcabile prin oameni obișnuiți. Editura Universitară. București. Bordeian, I. (2010). Management general. Editura universitară Danubius. Galați. Burghilea, C. & Iacob, O.C. (2013). Managementul operațional al producției. Editura Biblioteca. Târgoviște. Cardon, A. (2015). Coaching si leadership in procesele de tranziție. Editura Codecs. București. Dinescu, M.C. (2011). Highly Schilled MIgration. A Romanian Perspective. International Conference of European Integration Realities and Perspectives. Universitatea Danubius. Galați. Gavreliuc, A. (2011). Psihologie Interculturală. Editura Polirom. Iași. Harrel, K. (2014). Atitudine de lider - Cum sa preiei conducerea prin dobândirea capacităților de a-i influența pozitiv pe alții pentru a da ce au mai bun din ei. Editura Business Tech. București. Kahnehan, D. (2012). Gândire rapidă, gândire lentă. Editura Publică. București. Onea, N.A. (2011). Diversitate culturală în management. O abordare interregională. Editura Universității „Al. I. Cuza”. Iași. Nica, P. & Iftimescu, A. (2014). Management – concepte și aplicații. Editura Sedcom Libris. Iași. Nicolescu, O. & Veroncu, I. (2011). Romanian Management Status and Performance in the European Environment. Revista de Management Comparat Internațional. Vol 12. Editura ASE. București. Peters, T. (2011). Cercul inovației. Editura Publică. București. Pirju, I.S. (2017). Strategia Managementului de Proiect. Editura Universitară Danubius. Galați. Radu, C. & Năstase, M. (2011). Leadership and gender differentiation. Revista de Management Comparat Internațional. Vol. 12. Editura ASE. București. Ridderstrale, J. & Wilcox, M. (2011). Revitalizarea corporației - Cum reușesc liderii să producă schimbarea. Editura Publică. București. Zaiț, D. (2010). Incitații ale inovării interorganizaționale. Management Intercultural. Anul XI. Nr. 21. Editura Universității „A.I. Cuza” Iași. Zlate, M. (2008). Leadership si management. Editura Polirom. Iași. Winget, L. Harrell, K. Silverstein, S. Emmerich, R. Hardy, M. McKain, S. Ford, F. Osteen, V. Clark, D. Hyken, S. (2012). Cele mai bune lecții de leadership. Idei excelente pentru îmbunătățirea vieții tale personale și de afaceri de la câțiva dintre cei mai buni oratori, traineri, consultanți și autori din lume. Editura Business Tech. 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 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	60 %
10.5 Seminar / laborator	Frecvență, parcurgerea bibliografiei, cunoașterea informației predate la curs, elaborarea unor referate, teme de casă pe platforma Danubius Online, teste pe platforma Danubius Online, participarea la dezbateri, gradul de însușire a limbajului de specialitate	Evaluare continuă:	40%
		- 1 temă pe Danubius Online	30%
		- Prezenta activa, susținere proiecte și lucrări practice	10%
10.6 Standard minim de performanță			
- cunoașterea în proporție de 50 % a informației predate la curs; - activitate la seminar de 50 %.			

Data completării

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

Lect.univ.dr. Pîrju Ionel Sergiu

Lect.univ.dr. Pîrju Ionel Sergiu

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 ¹	Licență
1.6 Programul de studii	Comunicare și Relații Publice
1.7 Forma de învățământ	IF
1.8 Anul universitar	2024-2025

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	MANAGEMENTUL ORGANIZĂRII DE EVENIMENTE						
2.2 Titularul activităților de curs	Lect. univ. dr. Ionel Sergiu PÎRJU						
2.3 Titularul activităților de seminar	Asist. univ. dr. Mirela CURCĂ						
2.4 Anul de studiu	III	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare Examen scris	2.7 Regimul disciplinei ² Obligatorie	2.8. Codul disciplinei CC3103	Credite 5

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar / laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar / laborator	28
3.7 Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate și pe teren					20
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					15
Tutoriat					-
Examinări					4
Alte activități					-
3.8 Total ore de studiu individual (3.9-3.4)					69
3.9 Total ore pe semestru (nr. de credite X 25)					125
3.10 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	Introducere în științele comunicării etică managerială Domeniul de acțiune al relațiilor publice Redactare academică în științele comunicării Dezvoltarea spiritului antreprenorial prin intermediul relațiilor publice

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	- sală de curs, video-proiector, laptop, platforma e-learning <i>Danubius online</i> , internet
5.2 de desfășurare a seminarului / laboratorului	- sală de curs, video-proiector, laptop, platforma e-learning <i>Danubius online</i> , internet

¹ licență, masterat, doctorat

² obligatorie, opțională, facultativă

6. Competențe specifice acumulate (Vizează competențele asigurate de programul de studii 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 conceptual a situațiilor de comunicare și a problemelor de specialitate în domeniu. C1.3. Aplicarea principiilor deontologice și a normelor etice care stau la baza organizării și funcționării activităților specifice domeniului de specialitate. C2.1. Identificarea și înțelegerea teoriilor cu privire la gestiunea informațiilor, comunicarea mediatică. C2.3 Utilizarea tehnologiilor de informare și comunicare profesionalizată a diverselor produse de informare. 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. C3.3 Utilizarea unor metode de cercetare pentru definirea problemelor de interes public și rezolvarea acestora prin modele de planificare specifice. C4.2. Explicarea și interpretarea unui eveniment de RP din perspectiva planificării strategice. Cunoștințe - dezvoltarea strategiilor de comunicare în managementul organizării de evenimente - întocmirea unui buget aferent unui eveniment - folosirea tehnologiei IT utilizate în realizarea de evenimente Abilități - de comunicare strategică - de planificare și evaluare a unui proiect de eveniment - de management în vederea organizării evenimentelor în contextul pandemiei Covid 19 Atitudini - culegerea și prelucrarea de date din surse alternative pentru evaluarea factorilor care influențează realizarea de evenimente - dezvoltarea capacității de a organiza proiecte profesionale de organizare de evenimente.
Competențe transversale	CT1. Elaborarea unui proiect de specialitate aplicând cunoștințe, teorii, metode de lucru utilizate în organizarea de evenimente. CT2 Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa de proiect cu îndeplinirea anumitor sarcini pe palierele ierarhice. CT3 Autoevaluarea nevoii de formare profesională și adaptarea la cerințele pieței muncii.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	- Înțelegerea de către studenți a modului în care organizațiile din diverse sectoare de activitate planifică și organizează evenimente. - Deprinderea elementelor fundamentale ale managementului organizării evenimentelor - Introducerea studenților în atmosfera unei noi discipline: organizarea de conferințe, evenimente, reuniuni.
7.2. Obiectivele specifice	• Însușirea de către studenți a noțiunilor generale despre evenimente, precum și managementul acestora. • Analiza mecanismului de realizare a unui eveniment în contextul pandemiei Covid 19; • Însușirea tacticilor de management și marketing a diferitelor tipuri de evenimente • Însușirea elementelor constitutive ale unui buget de eveniment • Studiul problemelor legate de realizarea diferitelor tipuri de evenimente.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
I. Definirea conceptului de management. 1. Noțiunea și principiile managementului 2. Funcțiile managementului 3. Metode de management utilizate în organizarea de evenimente.	prelegerea, discursul interactiv, dezbaterile unor texte, prezentări video, sistem e-learning	6 ore

II	Conceptul de eveniment. 1. Definirea conceptului de eveniment. 2. Structura industriei de evenimente 3. Analiza diferitelor tipuri de evenimente.	prelegerea, discursul interactiv, dezbaterile unor texte, prezentări video, sistem e-learning	8 ore
III.	Planificarea și organizarea evenimentelor 1. Planificarea evenimentelor 2. Organizarea evenimentelor 3. Impactul evenimentelor	prelegerea, discursul interactiv, dezbaterile unor texte, prezentări video, sistem e-learning	8 ore
IV.	Controlul și evaluarea evenimentelor 1. Prezentarea unui proiect de realizare a unui eveniment. 2. Analiza proiectului de eveniment. 3. Controlul și evaluarea evenimentului prezentat.	prelegerea, discursul interactiv, dezbaterile unor texte, prezentări video, sistem e-learning	6 ore

BIBLIOGRAFIE

- **Bibliografie minimală de studiu pentru studenți**
 - C. Tureac, *Management strategic*, Ed. Didactica și Pedagogica București, 2008.
 - Sephan Schafer-Mehdi, *Organizarea evenimentelor*, Ed. ALL, București, 2008
 - Olaru, A., *Conducerea Afacerilor*, Ed. Europlus, Galați 2005.
- **Bibliografie selectivă de elaborare a cursului**
 - C. Tureac, *Management strategic*, Ed. Didactica și Pedagogica București, 2008.
 - Sephan Schafer-Mehdi, *Organizarea evenimentelor*, Ed. ALL, București, 2008
 - Nicolescu, O. (coord.), *Strategii manageriale de firmă*, Ed. Economică, București, 1996
 - Charan, R., *Know-How, 8 abilități care-i diferențiază pe liderii de succes*, Ed. ALL, București, 2008
 - Niculescu, N., *Management modern-eficiența economică*, Ed. Economica, ediție revizuită, București, 2010
 - Oprean, C., Titu, M., *Managementul calității în economia și organizația bazate pe cunoștințe*, Editura AGIR, București, 2007
 - Olaru, A., *Conducerea Afacerilor*, Ed. Europlus, Galați 2005.

8.2 Seminar / laborator	Metode și procedee didactice	Observații
I. Prezentarea disciplinei și a cerințelor pentru studenți la activitățile de curs și seminar. Elaborarea unui plan de evenimente în contextul pandemiei Covid 19.	explicația, conversația euristică, dezbaterile, brainstorming-ul, problematizarea, studiul de caz, analiza, sinteza, prezentări video, sistem e-learning	6 ore
II. Elaborarea unui eveniment de relații publice; a unui eveniment comercial.	explicația, conversația euristică, dezbaterile, brainstorming-ul, problematizarea, studiul de caz, prezentări video, sistem e-learning	8 ore
III. Elaborarea unui buget detaliat pentru un eveniment.	explicația, studiul de caz, analiza, sinteza, prezentări video, sistem e-learning	6 ore
IV. Prezentarea proiectelor semestriale. Controlul și evaluarea proiectelor prezentate.	Prezentarea proiectelor semestriale; controlul și evaluarea proiectelor prin metoda jocului de rol. Se împart studenții în grupe astfel încât fiecare grupă să poată fi și prezentator și evaluator.	8 ore

Bibliografie

Suport de curs: Managementul Organizării de Evenimente (prezentat la secțiunea resurse, online).

- Ioncică, Maria et.al., *Strategii de dezvoltare a serviciilor*, Ed. ASE, București, 2019
- Moise, Daniela, *Marketingul și managementul evenimentelor*. București. Ed. ASE, 2014
- Moldovan, Liliana, *Introducere în managementul organizării serviciilor comunitare*, Ed. Dacia, Cluj Napoca, 2010.
- Tureac, Cornelia, *Management strategic*, Ed. Didactica și Pedagogica București, 2008.
- Sephan Schafer-Mehdi, *Organizarea evenimentelor*, Ed. ALL, București, 2008
- Oprea, Dumitru et.al. *Managementul evenimentelor. Personale. Internaționale. Organizaționale*. E. Polirom, Iași, 2016
- Niculescu, N., *Management modern-eficiența economică*, Ed. Economica, ediție revizuită, București, 2010
- Oprean, C., Titu, M., *Managementul calității în economia și organizația bazate pe cunoștințe*, Editura AGIR, București, 2007
- Stanciulescu, Gabriela, *Managementul operațiunilor în turismul de evenimente*, Ed. ASE, București, 2014.

--

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

Continutul disciplinei este în concordanță cu discipline predate și în alte centre universitare din țară și străinătate. Pentru adaptarea la cerințele pieței muncii a conținutului disciplinei au avut loc întâlniri cu reprezentanți ai mediului de afaceri. Studenții vor dobândi deprinderi utile pentru a utiliza informațiile referitoare la managementul evenimentelor din diverse sectoare de activitate.

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 Seminar / laborator	Frecvență, parcurgerea bibliografiei, cunoașterea informației predate la curs, elaborarea unor referate, teme de casă pe platforma Danubius Online, teste pe platforma Danubius Online, participarea la dezbateri, gradul de însușire a limbajului de specialitate	Evaluare continuă:	40%
		-prezentarea unui proiect semestrial	30%
		-teme pe platforma	10%
10.6 Standard minim de performanță			
- cunoașterea în proporție de 60 % a informației predate la curs; - activitate la seminar de 40 %.			

Data completării

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

Lect .univ.dr.PÎRJU Ionel Sergiu

Asist.univ.dr.CURCĂ Mirela

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 ¹	Licență
1.6 Programul de studii	Comunicare și Relații Publice
1.7 Forma de învățământ	IF
1.8 Anul universitar	2024-2025

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	REDACTAREA MATERIALELOR DE RELAȚII PUBLICE						
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	III 2024-2025	2.5 Semestrul	II	2.6 Tipul de evaluare Examen scris	2.7 Regimul disciplinei ² Obligatorie	2.8. Codul disciplinei CC3204	Credite 5

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	2	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar / laborator	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar / laborator	14
3.7 Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate și pe teren					20
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Tutoriat					5
Examinări					5
Alte activități (participare sesiuni comunicări științifice, proiecte de cercetare ș.a.)					15
3.8 Total ore de studiu individual					85
3.9 Total ore pe semestru					125
3.10 Numărul de credite					5

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

4.1 de curriculum	Introducere în relații publice, Comunicare internă, Relații publice sectoriale, Comunicarea de criză, Tehnici de redactare
4.2 de competențe	Utilizarea tehnologiei, a calculatorului, utilizarea internetului, utilizarea aplicațiilor de specialitate: • Interactivitate online pe platforma Sakai Danubius Online pe site-ul de curs al disciplinei Redactarea materialelor de relații publice. • Prin utilizarea aplicațiilor care generează nori de cuvinte (www.wordclouds.com, https://www.freewordcloudgenerator.com/, https://monkeylearn.com/word-cloud) –sprijin în identificarea axei de comunicare pentru o campanie de relații publice. • Prin utilizarea Google Forms (https://www.google.com/forms/about/, https://www.surveymonkey.com/) -sprijin pentru realizarea studiilor de caz, prin generarea și aplicarea instrumentului de cercetare (precum chestionarul). • Prin utilizarea Mailchimp (https://mailchimp.com/) - un instrument util pentru generarea de planuri de marketing folosite în campanii de PR). • Prin utilizarea Google Analytics se pot face aplicații pentru identificarea traficului și analiza comportamentului consumatorilor. • Prin utilizarea Trello (https://trello.com/) - exemple pentru generarea de planuri de management în cadrul unei campanii de relații publice.

¹ licență, masterat, doctorat

² obligatorie, opțională, facultativă

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	- sală de curs, video-proiector, laptop, platforma Sakai de e-learning <i>Danubius online</i> , internet; - pentru întâlnirile online: laptop, platforma e-learning <i>Danubius online</i> , internet, spațiu cu liniște, atmosferă de lucru.
5.2 de desfășurare a seminarului / laboratorului	- sală de curs, video-proiector, laptop, platforma e-learning <i>Danubius online</i> , internet - utilizarea aplicațiilor online pentru temele de control, autoevaluarea cunoștințelor de specialitate și pentru lucrările de licență.

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. C2.5 Realizarea de portofolii cu privire la dimensiunea mediatică a unui act de informare și/sau comunicare profesionalizată. C3 Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în procesul de relații publice 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 Realizarea și promovarea unui produs de relații publice C4.1 Identificarea conceptelor și metodelor adecvate dezvoltării unui produs de RP. C4.2 Explicarea și interpretarea unui eveniment de RP din perspectiva planificării lui strategice C4.3 Utilizarea unor cadre metodologice adecvate realizării unui produs de RP C4.4 Validarea programelor și produselor de RP prin tehnici de evaluare specifice C4.5 Elaborarea documentației pentru prezentarea unui produs RP Cunoștințe - cunoașterea noțiunilor, teoriilor, conceptelor, tehnicilor specifice relațiilor publice; - operarea cu conceptele fundamentale ale relațiilor publice; - definirea corectă a obiectului de studiu al domeniului relațiilor publice și comunicării; - explicarea și interpretarea domeniilor conexe relațiilor publice; - cunoașterea elementelor esențiale ale domeniului: publicuri, organizație; - înțelegerea etapelor unor campanii de relații publice; - capacitatea de a interpreta campanii de relații publice; - aplicarea adecvată a noțiunilor specifice relațiilor publice; Abilități - abilități interpersonale; - abilitatea de a lucra într-o echipă interdisciplinară; - comportament etic și de respectare a regulilor deontologiei profesionale; - abilitatea de a lucra independent și de a lua decizii; - 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	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. - evaluarea critică a diferitelor campanii de relații publice în echipe de studenți; - autoevaluarea nevoii de formare profesională în domeniul relațiilor publice.
	Competențe digitale în domeniul utilizării unor aplicații de specialitate: • Prin utilizarea aplicațiilor care generează nori de cuvinte (www.wordclouds.com, https://www.freewordcloudgenerator.com/, https://monkeylearn.com/word-cloud) se pot introduce paragrafe din comunicate de presă, materiale jurnalistice, concept creativ etc.) iar această aplicație îi ajută la identificarea axei de comunicare pentru o campanie de relații publice. • Prin utilizarea Google Forms (https://www.google.com/forms/about/, https://www.surveymonkey.com/) studenții pot realiza chestionare, le pot aplica și apoi interpreta rezultatele în partea de cercetare din lucrările de licență. • Prin utilizarea Mailchimp (https://mailchimp.com/) - un instrument util pentru generarea de planuri de marketing folosite în campanii de PR). • Prin utilizarea Google Analytics se pot face aplicații pentru identificarea traficului și analiza comportamentului consumatorilor. • Prin utilizarea Trello (https://trello.com/) - exemple pentru generarea de planuri de management în cadrul unei campanii de relații publice

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Disciplina <i>Redactarea materialelor de relații publice</i> are ca obiectiv general pregătirea studenților cu privire la dezvoltare profesională ca specialiști de relații publice, responsabili cu redactarea de materiale de PR pentru diferitele publicuri.
7.2 Obiectivele specifice	• să opereze corect noile concepte: comunicat de presă, discursul organizațional, advertorials, pitch-letters, background papers, concept creativ, endorser, plan de comunicare și publicitate etc. • să cunoască diferitele tipuri de structuri textuale din relațiile publice; • să explice diferite tipuri de comunicate de presă; • să utilizeze diferitele metode de analiză textuale în analiza unor texte ale unor organizații din România și din străinătate; • să redacteze diferite texte de relații publice pentru o organizație reală sau o organizație imaginată. • să utilizeze aplicațiile utile domeniului (soft-uri, aplicații online etc) în procesul de învățare: norii de cuvinte: www.wordclouds.com, https://www.freewordcloudgenerator.com/, https://monkeylearn.com/word-cloud; Google Forms https://www.google.com/forms/about/ și Survey Monkey https://www.surveymonkey.com/; Mailchimp https://mailchimp.com/; Google Analytics https://analytics.google.com/analytics/web/provision/#/provision; Trello https://trello.com/

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. TEXTELE DE RELAȚII PUBLICE – ACTE DE COMUNICARE PERSUASIVĂ - Persuasiunea – o abordare integrată: știință & artă. - Matricea persuasiunii aplicată relațiilor publice. - Metode de analiză a textelor de relații publice: – teoria cadrării, metoda analizei de conținut, metoda norilor de cuvinte.	prelegerea, analiza unor texte din bibliografie, dezbateri, studiul de caz, analiza, materiale video-audio, prezentări ppt, platforma e-learning Danubius Online, aplicații online de specialitate și utilizarea tehnologiei	4 ore
2. MATERIALE DE RELAȚII PUBLICE – MIJLOACE ALE VIZIBILITĂȚII ORGANIZAȚIONALE - Declarația de principii: structura, diferența între viziune și misiune,	prelegerea, analiza unor texte din bibliografie,	12 ore

aspecte ale culturii organizaționale. - Newsletter/ Buletinul informativ - definiții, tipologia formatelor, tipologia buletinelor informative (pentru public intern, pentru public extern, caracter specializat). - Advertorials - structură, diferența plasării în cotidiene și ziare de specialitate. - Features - diferența între o știre și features; găsirea unui subiect interesant și a unghiului de abordare (pitch); părți componente (introducere, demonstrarea, ilustrația, anecdote, citate, elemente descriptive). - Backgrounders - elementele redactării unui backgrounder (context, situația prezentă, implicații). - Position papers - elementele redactării unei position paper (enunțarea problemei, informații de bază, poziția asumată). - Obiectivitate vs. subiectivitate - Elemente de identitate vizuală (denumire, logo, simbol, marcă etc.) - Redactarea unui plan de comunicare și publicitate (elemente, structură, conținut)	dezbateră, studiul de caz, analiza, materiale video-audio, prezentări ppt, platforma e-learning Danubius Online, aplicații online de specialitate și utilizarea tehnologiei	
3. INSTRUMENTE DE COMUNICARE STRATEGICĂ ORGANIZAȚIONALĂ - Comunicatul de presă și conferința de presă. Aspecte conceptuale. - Redactarea comunicatelor de presă: structură, conținut. - O tipologie a comunicatelor de presă. - Comunicatele de presă în situații de criză. - Comunicatele de presă – analiză de conținut. - Backgrounders și position papers – acțiuni discursive de implicare socială. - Site-ul web, portalul de știri, rețelele de socializare, blogul. - Dosarul de presă: definiții și structură; elemente componente (declarația de principii, obiective, strategii, scopuri, strategii, prezentarea produselor, serviciilor etc.). - Materiale de relații publice în situațiile de criză. Planul de comunicare, dosare de presă, comunicate de presă, conferința de presă și discursul unui singur reprezentant al organizației.	prelegerea, analiza unor texte din bibliografie, dezbateră, studiul de caz, analiza, materiale video-audio, prezentări ppt, platforma e-learning Danubius Online, aplicații online de specialitate și utilizarea tehnologiei	8 ore
4. ANALIZA MATERIALELOR DE RELAȚII PUBLICE DIN CADRUL CAMPANIILOR DE RELAȚII PUBLICE - Campaniile de relații publice. - Crearea unui concept creativ. - Despre endorser și ambasador de brand ca strategie de relații publice.	prelegerea, analiza unor texte din bibliografie, dezbateră, studiul de caz, analiza, materiale video-audio, prezentări ppt, platforma e-learning Danubius Online, aplicații online de specialitate și utilizarea tehnologiei	4 ore

BIBLIOGRAFIE

Bibliografie minimală de studiu pentru studenți

- Aronson, Merry, Spetner, Don, Ames, Carol, *Ghidul redactării în relații publice*, București: Amsta Publishing, 2008.
- Hilliard Robert L., *Redactarea materialelor pentru televiziune, radio și noile media*, Collegium Polirom, București, 2013.
- David, George, *Tehnici de relații publice – comunicarea cu mass-media*, Iași: Polirom, 2008.
- Newsom, Doug et alii, 2010, *Totul despre relații publice*, ediția a II-a, Polirom, Iași.
- 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.
- Rogojinaru, Adela; Wolstenholme (coord), 2009, *Current trends in international public relations*, Tritonic, București.
- Oancea Dana (coord.), 2017, *The Golden Book of Romanian Public Relations*, Forum for International Communication, București.
- Aronson, Mery, Spetner, Don, Ames, Carol, *Ghidul redactării în relațiile publice*, AMSTA PUBLISHING, 2008

- Mardare, Gabriel, Floria, Florinela, *Comunicarea cu presa*, Bacău, Alma Mater, 2011
- Cismaru, Diana, *Managementul reputației în mediul online*, Editura Tritonic, București, 2015.
- Petrovici, Amalia, *Crearea și organizarea de evenimente*, Editura Alma Mater, Bacău, 2012.
- Baci, Eugenia, *Limbaajul publicitar în domeniul politic*, Editura Universitară, București, 2012.
- Rus, Flaviu-Călin, 2009, *Campanii și strategii de PR*, Institutul European, Iași.
- Mardare, Gabriel, Floria, Florinela, *Redactarea materialelor de relații publice*, Bacău, Alma Mater, 2011.

Aplicații și site-uri web

- www.wordclouds.com
- <https://www.freewordcloudgenerator.com/>
- <https://monkeylearn.com/word-cloud>
- <https://www.google.com/forms/about/>
- <https://www.surveymonkey.com/>
- <https://mailchimp.com/>
- <https://analytics.google.com/analytics/web/provision/#/provision>
- <https://trello.com/>

Bibliografie selectivă de elaborare a cursului

- Aronson, Merry, Spetner, Don, Ames, Carol, *Ghidul redactării în relații publice*, București: Amsta Publishing, 2008.
- 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; Baikaleva, 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.
- Oancea Dana (coord.), 2017, *The Golden Book of Romanian Public Relations*, Forum for International Communication, 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 practice 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. Szvester, *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.
- Amălancei, Brîndușa-Mariana, *Retorica și pragmatica discursului publicitar*, Performantica, Iași, 2010.
- Baci, Eugenia, *Limbaajul 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.

8.2 Seminar / laborator	Metode de predare	Observații
1. TEXTELE DE RELAȚII PUBLICE – ACTE DE COMUNICARE PERSUASIVĂ Realizarea matricii persuasive pentru un text de PR. Analiza gradului de subiectivitate și obiectivitate în diferite declarații de principii folosind metoda „norilor de cuvinte”. Utilizarea de aplicații utile (soft-uri, aplicații online etc) în procesul de învățare: norii de cuvinte: www.wordclouds.com , https://www.freewordcloudgenerator.com/ , Redactarea declarației de principii pentru organizația proprie/cea din lucrarea de licență. Strategii și tactici personalizate. Studii de caz.	Analiza unor texte din bibliografie, dezbaterea, brainstorming, studiul de caz, problematizarea, analiza de conținut, materiale video-audio, materiale ppt. Pentru activitățile online pe platforma e-learning Danubius Online: analiza unor texte din bibliografie, dezbaterea, brainstorming, studiul de caz, problematizarea, analiza de conținut, materiale video-audio, materiale ppt, aplicații online de specialitate și utilizarea tehnologiei (menționate alăturat).	2 ore
2. MATERIALE DE RELAȚII PUBLICE – MIJLOACE ALE VIZIBILITĂȚII ORGANIZAȚIONALE - Redactarea și analiza unor declarații de principii realizate de anumite instituții și companii private. - Redactarea și analiza structurii unor newslettere/ Buletine informative realizate de anumite instituții și companii private. Redactarea unui newsletter pentru organizația proprie. - Redactarea unor advertorials pentru serviciile sau produsele promovate de organizația proprie. Analiza de advertorials și features, realizate de anumite instituții și companii private. Promovarea unor produse și servicii diferite prin features. - Simularea unor situații în care studenții trebuie să redacteze position papers. Promovarea unor produse și servicii diferite prin backgrounders. Utilizarea de aplicații utile (soft-uri, aplicații online etc) în procesul de învățare: Google Forms https://www.google.com/forms/about/ și Survey Monkey https://www.surveymonkey.com/ ; Mailchimp https://mailchimp.com/ ; Google Analytics	Pentru activitățile online pe platforma e-learning Danubius Online: analiza unor texte din bibliografie, dezbaterea, brainstorming, studiul de caz, problematizarea, analiza de conținut, materiale video-audio, materiale ppt, aplicații online de specialitate și utilizarea tehnologiei (menționate alăturat).	6 ore
3. INSTRUMENTE DE COMUNICARE STRATEGICĂ ORGANIZAȚIONALĂ - Analiza comunicatelor de presă realizate de anumite instituții și companii private. - Analiza unor conferințe de presă, realizarea unui raport al conferinței de presă. - Analiza următoarelor instrumente: site-ul web, portalul de știri, rețelele de socializare, blogul. - Analiza unui dosar de presă real; redactarea unui dosar de presă pentru propria organizație.	Analiza unor texte din bibliografie, dezbaterea, brainstorming, studiul de caz, problematizarea, analiza de conținut, materiale video-audio, materiale ppt. Pentru activitățile online pe platforma e-learning Danubius Online: analiza unor texte din bibliografie, dezbaterea, brainstorming, studiul de caz, problematizarea, analiza de conținut, materiale video-audio, materiale ppt, aplicații online de specialitate și	4 ore

	utilizarea tehnologiei.	
5. ANALIZA MATERIALELOR DE RELAȚII PUBLICE DIN CADRUL CAMPANIILOR DE RELAȚII PUBLICE - Analiza unor campanii de relații publice. - Redactarea unui plan de comunicare și publicitate (elemente, structură, conținut). - Analiza unui concept creativ și a importanței endorser-ului și ambasadurului de brand în aplicarea strategiilor de relații publice.	Analiza unor texte din bibliografie, dezbaterea, brainstorming, studiul de caz, problematizarea, analiza de conținut, materiale video-audio, materiale ppt. Pentru activitățile online pe platforma e-learning Danubius Online: analiza unor texte din bibliografie, dezbaterea, brainstorming, studiul de caz, problematizarea, analiza de conținut, materiale video-audio, materiale ppt, aplicații online de specialitate și utilizarea tehnologiei.	2 ore

BIBLIOGRAFIE

- Balaban, Delia, Rus, Flaviu, Călin (coord.), 2007, *PR Trend*, Tritonic, București.
- Balaban, Delia, Abrudan, Mirela, 2008, *Tendințe 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.
- Newsom, Doug et alii, 2010, *Totul despre relații publice*, ediția a II-a, Polirom, Iași.
- Oliver, Sandra, 2009, *Strategii de relații publice*, Polirom, Iași.
- 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.
- Oancea Dana (coord.), 2017, *The Golden Book of Romanian Public Relations*, Forum for International Communication, 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 practice 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.
- Amălânței, 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, Bucuresti, 2013.
- Radu Raluca-Nicoleta, *Deontologia comunicării publice*, Collegium Polirom, Bucuresti, 2015.
- Tohaneanu Cecilia, *Abordari ale eticii comunicării în relațiile publice*, Editura Universitară, București, 2015.

Aplicații și site-uri web

- www.wordclouds.com
- <https://www.freewordcloudgenerator.com/>
- <https://monkeylearn.com/word-cloud>
- <https://www.google.com/forms/about/>
- <https://www.surveymonkey.com/>
- <https://mailchimp.com/>
- <https://analytics.google.com/analytics/web/provision/#/provision>
- <https://trello.com/>

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 și relațiilor publice 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	70%
10.5 Seminar / laborator	Frecvență, parcurgerea bibliografiei, cunoașterea informației predate la curs, elaborarea unor referate, teme de casă pe platforma Danubius Online, teste pe platforma Danubius Online, participarea la dezbateri, gradul de însușire a limbajului de specialitate	Evaluare continuă - 6 fișe de lucru rezolvate pe platforma de curs Sakay, Danubius Online. - Prezenta activă, susținere proiecte și prezentarea lucrărilor practice.	30%
10.6 Standard minim de performanță			
• cunoașterea în proporție de 50 % a informației predate la curs; • activitate la seminar de 50 %.			

Data completării

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

Semnătura titularului de seminar
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 Ciclu de studii ¹	Licență
1.6 Programul de studii	Comunicare și Relații Publice
1.7 Forma de învățământ	IF
1.8 Anul universitar	2024-2025

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	ARTA ARGUMENTĂRII ȘI DEZBATERII PUBLICE						
2.2 Titularul activităților de curs	Conferențiar univ. dr. Fănel Teodorașcu						
2.3 Titularul activităților de seminar	Conferențiar univ. dr. Fănel Teodorașcu						
2.4 Anul de studiu	III	2.5 Semestrul	II	2.6 Tipul de evaluare Examen	2.7 Regimul disciplinei ² Obligatorie	2.8 Codul disciplinei CC3205	Credite: 4

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care: 2 curs	2	1 seminar / laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 28 curs	28	28 seminar / laborator	28
3.7 Distribuția fondului de timp					Ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					10
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate și pe teren					10
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					10
Tutoriat					-
Examinări					4
Alte activități (participare sesiuni comunicări științifice, proiecte de cercetare ș.a.)					10
3.8 Total ore de studiu individual					44
3.9 Total ore pe semestru					100
3.10 Numărul de credite					4

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 cursului	- sală de curs, video-proiector, laptop, platforma e-learning <i>Danubius online</i> , internet
5.2 de desfășurare a seminarului / laboratorului	- sală de curs, video-proiector, laptop, platforma e-learning <i>Danubius online</i> , 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	C.1.1. Definirea principalelor concepte specifice domeniului, utilizarea lor și a terminologiei de specialitate în situații multiple. C.5.2. Utilizarea instrumentarului retoric, argumentativ și semiotic pentru înlăturarea unor disfuncționalități 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 - aplicarea tehnicilor de rezolvare a problemelor interumane și interculturale; - elaborarea unei strategii de comunicare ca răspuns la o situație de criză. Atitudini - înțelegerea și respectarea valorilor altor persoane sau culturi.
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. Dobândirea de competențe în cercetarea documentativă și utilizarea computerului în căutarea de informații bibliografice, precum și în redactarea de texte.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Cursul propune o analiză a ceea ce înseamnă „arta argumentării”. Se va urmări familiarizarea studenților cu principalele teorii ale <i>argumentării</i> , atât cele clasice, cât și cele moderne.
7.2 Obiectivele specifice	- utilizarea în mod adecvat a conceptelor majore din sfera Argumentării; - dezvoltarea capacității de autoevaluare a propriului discurs; - dezvoltarea capacității de comunicare interpersonală.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Oratorul și oratoria	prelegerea, dezbateră	4 ore
2. Despre <i>discurs</i>	prelegerea, dezbateră	4 ore
3. Argumentarea – definiții	prelegerea, dezbateră	4 ore
4. Toposuri și strategii argumentative	prelegerea, dezbateră	4 ore
5. Logică și limbaj	prelegerea, dezbateră	4 ore
6. Tipologia argumentelor	prelegerea, dezbateră	4 ore
7. Dezbateră din societate și dezbateră academică	prelegerea, dezbateră	2 ore
8. Discursul pamfletar	prelegerea, dezbateră	2 ore
Bibliografie minimală de studiu pentru studenți: <i>Suportul de curs</i> de pe platforma e-learning <i>Danubius online</i>; Aristotel, <i>Retorica</i>, Traducere, studiu introductiv și index de Maria-Cristina Andrieș, Note și comentarii de Ștefan-Sebastian Maftai, București, Univers Enciclopedic Gold, 2011; Mucchielli, Alex, <i>Arta de a comunica. Metode, forme și psihologia situațiilor de comunicare</i>, Traducere de Giuliano Sfichi, Gina Puică și Marius Roman, Polirom, Iași, 2015; Perelman, Chaim & Olbrechts-Tyteca, Lucie, <i>Tratat de argumentare. Noua retorică</i>, Iași, Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza”, 2012; Teodorașcu, Fănel, <i>Arta gazetărească. Trei ipostaze</i>, Editura Zigotto, 2014; Teodorașcu, Fănel, <i>Gazetărie și literatură. Studii</i>, Iași, Editura „Institutul European”, 2021. Bibliografie selectivă de elaborare a cursului: Aristotel, <i>Retorica</i>, Traducere, studiu introductiv și index de Maria-Cristina Andrieș, Note și comentarii de Ștefan-Sebastian Maftai, București, Univers Enciclopedic Gold, 2011; Grigorași Cătălina, <i>Facebook, mișcări sociale și construcția unui spațiu public alternativ</i>, București, comunicare.ro,		

2017; Haneș, Vasile V., <i>Antologia oratorilor români</i> , Socec & Co, București, 1942; Mucchielli, Alex, <i>Arta de a comunica. Metode, forme și psihologia situațiilor de comunicare</i> , Traducere de Giuliano Sfichi, Gina Puică și Marius Roman, Polirom, Iași, 2015; Perelman, Chaïm, Olbrechts-Tyteca, Lucie, <i>Tratat de argumentare. Noua Retorică</i> , Iași, Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza”, 2012; Prutianu, Ștefan, <i>Tratat de comunicare și negociere în afaceri</i> , Polirom, Iași, 2008; Quintilianus, M. Fabius, <i>Arta oratorică (I-III)</i> , Traducere, studiu introductiv, tabel cronologic, note și indici de Maria Hetco, București, Editura Minerva, 1974; Stoianovici, Drăgan, <i>Argumentare și gândire critică</i> , București, Editura Universității din București, 2005. Teodorașcu, Fănel, <i>Arta gazetărească. Trei ipostaze</i> , Editura Zigotto, 2014; Teodorașcu, Fănel, <i>Gazetărie și literatură. Studii</i> , Iași, Editura „Institutul European”, 2021; Toader, Florența, <i>Profesionalizarea discursului politic în era „social media”</i> , București, comunicare.ro, 2017.		
8.2 Seminar / laborator	Metode de utilizare	Observații
1. Oratoria	(dezbatere)	6 ore
2. Tipuri de discurs	(dezbatere / aplicații)	6 ore
3. Argumentarea	(dezbatere / aplicații)	6 ore
4. Dezbaterea academică	(dezbatere / aplicații)	6 ore
5. Discursul pamfletar	(dezbatere / aplicații)	4 ore
Bibliografie: Haneș, Vasile V., <i>Antologia oratorilor români</i> , Socec & Co, București, 1942; Mucchielli, Alex, <i>Arta de a comunica. Metode, forme și psihologia situațiilor de comunicare</i> , Traducere de Giuliano Sfichi, Gina Puică și Marius Roman, Polirom, Iași, 2015; Murariu, Viorel (trad.), <i>Manual de dezbateri academice</i> , Polirom, Iași, 2002; Teodorașcu, Fănel, <i>Gazetărie și literatură. Studii</i> , Iași, Editura „Institutul European”, 2021; Teodorașcu, Fănel, <i>Prin lentila deformatoare a presei. Studii despre „literatura efemeră”</i> , Iași, Editura „Institutul European”, 2020; Teodorașcu, Fănel, <i>Zona Galați-Brăila în discursul candidaților la alegerile pentru funcția de primar (în municipiile Galați și Brăila) din iunie 2016</i> , în Andy Pușcă, Benone Pușcă, Fănel Teodorașcu, Cristian Sandache, Galați-Brăila. Trecut. Actualitate. Perspectivă, Galați, Editura Universitară Danubius, 2017. * BCU Cluj – bibliotecă digitală; BCU Iași – bibliotecă digitală; www.academia.edu .		

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 Curs	Frecvență, parcurgerea bibliografiei, cunoașterea informației predate la curs	Examen scris	60%
10.5 Seminar / laborator	Frecvență, elaborarea unor referate, teme de casă, participarea la dezbateri la seminar	Evaluare continuă	40%
		- 2 teme pe platforma <i>Danubius Online</i> (2 x 15%)	30%
		- prezență activă, susținere proiecte și lucrări practice	10%
10.6 Standard minim de performanță			
• cunoașterea în proporție de 60 % a informației predate la curs; • activitate la seminar de 40 %.			

Data completării

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

Conf. univ. dr. Fănel Teodorașcu

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	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	IF
1.8 Anul universitar	2024-2025

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	DEONTOLOGIE PROFESIONALĂ						
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	III 2024-2025	2.5 Semestrul	II	2.6 Tipul de evaluare Examen	2.7 Regimul disciplinei ² Obligatorie	2.8. Codul disciplinei CC3206	Credite 4

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2 curs	1	3.3 seminar / laborator	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	28	din care: 3.5 curs	14	3.6 seminar / laborator	14
3.7 Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					25
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate și pe teren					15
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					25
Tutoriat					-
Examinări					10
Alte activități (participare sesiuni comunicări științifice, proiecte de cercetare ș.a.)					2
3.8 Total ore de studiu individual					72
3.9 Total ore pe semestru					100
3.10 Numărul de credite					

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

4.1 de curriculum	Etică
4.2 de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	-sală de curs, video-proiector, laptop, platforma e-learning Danubius online, internet
5.2 de desfășurare a seminarului / laboratorului	-sală de curs, video-proiector, laptop, platforma e-learning Danubius online, 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	C1.1. Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării - definirea principalelor concepte specifice disciplinei, utilizarea lor și a terminologiei de specialitate în diverse situații de comunicare; - utilizarea corectă a principalelor metode, tehnici, tactici și strategii de comunicare persuasivă, dar fundamentată pe valori etice; 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 C3. Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în procesul de relații publice C5.2. Utilizarea instrumentarului retoric, argumentativ și semiotic pentru înlăturarea disfuncționalităților în înțelegerea specificului moral al discursului mass-media - utilizarea strategiilor și a metodelor de comunicare în managerierea diversității etice în spațiul mass-media. Cunoștințe • cunoașterea noțiunilor, teoriilor, conceptelor, tehnicilor specifice relațiilor publice; • operarea cu conceptele fundamentale; • explicarea și interpretarea domeniilor conexe relațiilor publice; • înțelegerea conceptelor de specialitate; • capacitatea de a interpreta normele și abaterile deontologice; • aplicarea adecvată a noțiunilor specifice. Abilități • abilități interpersonale; • abilitatea de a lucra într-o echipă interdisciplinară; • comportament etic și de respectare a regulilor deontologiei profesionale; • capacitatea de a concepe proiecte și de a le derula. 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
	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 - dezvoltarea gândirii critice; - dezvoltarea spiritului analitic, dintr-o perspectivă comparativă; - disponibilitate pentru dialog și dezbateri; - dezvoltarea interesului pentru o interogație reflexivă; - curiozitate și interes pentru problematica etică a comunicării; - coerență și rigoare de gândire și acțiune în domeniul specific al comunicării. - elaborarea unui proiect, aplicând atât cunoștințe, teorii și metode de diagnoză și intervenție, cât și principii de etică profesională; - participarea la realizarea în echipă a unui proiect; - autoevaluarea nevoii de formare profesională.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Disciplina <i>Deontologie profesională</i> are ca obiectiv general formarea unor atitudini și comportamente pertinente și corecte în profesia de relaționist.
7.2 Obiectivele specifice	☛ cunoașterea, înțelegerea și explicarea corectă a conceptelor și teoriilor; ☛ asumarea și aplicarea comportamentală și atitudinală a valorilor etice și a normelor deontologice; ☛ probarea capacităților dialogală, de investigare și de argumentare în aplicarea codurilor de etică profesională, în funcție de diversitatea situațiilor concrete; ☛ dezvoltarea gândirii critice și a capacităților de a discerne și de a decide, având conștiința angajării față de ceilalți ; ☛ dezvoltarea conștiinței de apartenență la corpul profesional al comunicatorilor și a consilierilor în relații publice ; ☛ capacitatea de a formula judecăți de valoare și de a acționa performant în plan profesional.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Concepte fundamentale • Conceptul de deontologie, conceptul de etică	prelegerea, analiza unor texte din bibliografie, dezbateri,	3 ore

• Responsabilitatea în comunicare între norma juridică și norma deontologică • Persuasiunea și comunicarea • Adevăr, credibilitate și minciună • Libertatea și responsabilitatea	studiul de caz, analiza, materiale video-audio	
2. Principii etice aplicate în comunicare • Datoria morală • Principiul căii de mijloc • Imperativul categoric • Principiul utilității • Principiul ”vălul ignoranței” • Principiul autodeterminării	prelegerea, analiza unor texte din bibliografie, dezbateră, studiul de caz, analiza, materiale video-audio	4 ore
3. Autoreglementarea în comunicare • De la reglementare la autoreglementare • Definiții și scop • Instrumente de autoreglementare în comunicare	prelegerea, analiza unor texte din bibliografie, dezbateră, studiul de caz, analiza, materiale video-audio	3 ore
4. Deontologia, expresie a nevoii de reguli și legi • Decalogul Chomsky • Codurile etice și deontologice. Conceptul de <i>cod etic</i> • Responsabilitatea etică și juridică a autorului de texte pentru relații publice • Valori profesionale în comunicare	prelegerea, analiza unor texte din bibliografie, dezbateră, studiul de caz, analiza, materiale video-audio	4 ore

BIBLIOGRAFIE

Bibliografie minimală de studiu pentru studenți

- Wilcox, Dennis L. et alii, 2009, *Relații publice: strategii și tactici*, Editura Curtea Veche Publishing, București.
- Balaban, Delia, Hosu, Ioan (coord.), 2009, *PR Trend Societate și Comunicare*, Tritonic, București.
- Oancea Dana (coord.), 2017, *The Golden Book of Romanian Public Relations*, Forum for International Communication, București.
- Cismaru, Diana, *Managementul reputației în mediul online*, Editura Tritonic, București, 2015.
- Ciobotă, Gheorghe, *Marketing - relații publice*, Editura Pro Universitaria, București, 2013.
- Petrovici, Amalia, *Crearea și organizarea de evenimente*, Editura Alma Mater, Bacău, 2012.
- Frunză Sandu, *Comunicare etică și responsabilitate socială*, Editura Tritonic, București, 2011.
- Radu Raluca-Nicoleta, *Deontologia comunicării publice*, Collegium Polirom, București, 2015.
- Tohaneanu Cecilia, *Abordări ale eticii comunicării în relațiile publice*, Editura Universitară, București, 2015.
- Larson, Charles, *Persuasiunea. Receptare și responsabilitate*, Editura „Polirom“, Iași, 2003
- Middleton, Kent, Robert Trager, Bill f. Chamberlin, *Legislația comunicării publice*, Editura „Polirom“, Iași, 2002.
- Singer, Peter (editor), *Tratat de etică*, Editura „Polirom“, Iași, 2006
- Rapoartele FreeEx 2012-2019, Agenția de Monitorizare a Presei.
- European Communication Monitor 2020: Ethical Challenges, Gender Issues, Cyber Security and Competence Gaps in strategic communication
- Cherylyn Ireton și Julie Posetti, *Jurnalism, Fake News și Dezinformare, Manual pentru educația de media și învățământul jurnalistic*, 2021, Unesco și Universitatea din București.

Bibliografie de elaborare a cursului

- Aristotel, *Etica nicomahică*, Editura Politică, București, 1971.
- Aron, Raymond, *Democrație și totalitarism*, Editura „All“, București, 2001.
- Arsith, Mirela, *Introducere în filosofie*, Editura „EduSoft“, Bacău, 2005.
- Bon, Gustave, Le, *Psihologia maselor*, Editura Științifică, București, 1991.
- Bon, Gustave, Le, *Psihologia politică*, Editura „Antet“, București, 1999
- Deaver, Frank, *Etica în mass-media*, Editura „Silex“, București, 2004
- Kant, Immanuel, *Critica facultății de judecare*, Editura „Trei“, București, 1995
- Larson, Charles, *Persuasiunea. Receptare și responsabilitate*, Editura „Polirom“, Iași, 2003
- Middleton, Kent, Robert Trager, Bill f. Chamberlin, *Legislația comunicării publice*, Editura „Polirom“, Iași, 2002.
- Mill, Stuart J., *Despre libertate*, Editura „Alternative“, București, 1995.
- Newsom, Doug, Judy VanSlyke Turk, Dean Kruckeberg, *Totul despre relațiile publice*, Editura „Polirom“, Iași, 2003.
- Newson, Doug; Bob Carrell, *Redactarea materialelor de relații publice*, Iași: Editura „Polirom“, 2004.
- Popa, Dumitru, Titus, *Dreptul Comunicării*, Editura „Norma“, 1999.
- Pricopie, Remus, *Relațiile publice. Evoluție și perspective*, Editura „Tritonic“, București.
- Runcan, Miruna, *Introducere în etica și legislația presei*, Editura „ALL“, București, 1998
- Sartre, Jean-Paul, *Ființa și neantul. Eseu de ontologie fenomenologică*, Editura „Paralela 45“, Pitești-București, 2004
- Singer, Peter (editor), *Tratat de etică*, Editura „Polirom“, Iași, 2006

Frunză Sandu, <i>Comunicare etică și responsabilitate socială</i>, Editura Tritonic, București, 2011. Radu Raluca-Nicoleta, <i>Deontologia comunicării publice</i>, Collegium Polirom, București, 2015. Tohaneanu Cecilia, <i>Abordări ale eticii comunicării în relațiile publice</i>, Editura Universitară, București, 2015. Larson, Charles, <i>Persuasiunea. Receptare și responsabilitate</i>, Editura „Polirom“, Iași, 2003 Middleton, Kent, Robert Trager, Bill f. Chamberlin, <i>Legislația comunicării publice</i>, Editura „Polirom“, Iași, 2002. Singer, Peter (editor), <i>Tratat de etică</i>, Editura „Polirom“, Iași, 2006 Dagenais, Bernard, 2002, <i>Profesia de relaționist</i>, Polirom, Iași Rapoartele FreeEx 2012-2019, Agenția de Monitorizare a Presei. European Communication Monitor 2020: Ethical Challenges, Gender Issues, Cyber Security and Competence Gaps in strategic communication		
8.2 Seminar / laborator	Metode de predare	Observații
Concepte aplicate Libertatea și responsabilitatea Etica și responsabilitățile în relații publice Responsabilitățile comunicatorului Dreptate-echitate-solidaritate Adevăr, credibilitate și minciună Persuasiunea și comunicarea Filosofie morală sau moralizare. Rolul eticii în responsabilizarea media Identificarea valorilor profesionale ale jurnaliștilor (Dezbateri pe tema corectitudinii, echidistanței, bune credințe, interesului public, respectul față de viața privată) Ipostaze ale responsabilității emițătorului și a receptorului.	analiza unor texte din bibliografie, explicația, conversația euristică, dezbateri, brainstorming, studiul de caz, analiza, materiale video-audio	2 ore
Responsabilitatea în comunicare - între norma juridică și norma deontologică Delimitarea conceptelor de normă deontologică și normă juridică (Dezbateri pe tema dreptului la replică- între norma deontologică și norma juridică).	analiza unor texte din bibliografie, explicația, conversația euristică, dezbateri, brainstorming, studiul de caz, analiza, materiale video-audio	2 ore
De la reglementare la autoreglementare Implicarea organizațiilor media din România în procesul de responsabilizare media (Dezbateri). Inițiativele elaborării unor coduri de conduită profesională media în România (Dezbateri) -Studii de caz: Comunicatul Convenției Organizațiilor de media din România referitor la procesul de degradare a conținuturilor lor jurnalistice; Recomandările făcute de organizațiile media către jurnaliști, asociații profesionale sindicale și patronale. Instanțele etice existente în România competente în apărarea și soluționarea cazurilor de încălcare a normelor deontologice (Dezbateri pe tema înființării Consiliului de Onoare al Clubului Român de Presă și a Grupului pentru Bune Practici Jurnalistice înființat de COM) Studii de caz: cazuri de concediere a jurnaliștilor pentru încălcarea normelor deontologice; publicarea de fotografii șocante făcute la locul unui accident;etc	analiza unor texte din bibliografie, explicația, conversația euristică, dezbateri, brainstorming, studiul de caz, analiza, materiale video-audio	4 ore
Forme și modalități de aplicare a normelor deontologice Responsabilitatea etică și juridică a autorului de texte pentru relații publice Tipuri de coduri	analiza unor texte din bibliografie, explicația, conversația euristică, dezbateri, brainstorming, studiul de caz, analiza, materiale video-audio	2 ore
Încălcarea conduitei profesionale – Studii de caz Dileme etice și deontologice Respectarea normelor deontologice în practică (Dezbateri: rectificarea erorilor apărute în conținutul materialelor jurnalistice, verificarea informațiilor din mai multe surse independente, dreptul la viața privată, acordarea dreptului la replică)	analiza unor texte din bibliografie, explicația, conversația euristică, dezbateri, brainstorming, studiul de caz, analiza, materiale video-audio	2 ore
Derapaje și sancțiuni – Studii de caz	analiza unor texte din bibliografie, explicația, conversația euristică, dezbateri, brainstorming,	2 ore

	studiul de caz, analiza, materiale video-audio	
BIBLIOGRAFIE		
Bibliografie de elaborare a cursului Aristotel, <i>Etica nicomahică</i> , Editura Politică, București, 1971. Aron, Raymond, <i>Democrație și totalitarism</i> , Editura „All”, București, 2001. Arsith, Mirela, <i>Introducere în filosofie</i> , Editura „EduSoft”, Bacău, 2005. Bon, Gustave, Le, <i>Psihologia maselor</i> , Editura Științifică, București, 1991. Bon, Gustave, Le, <i>Psihologia politică</i> , Editura „Antet”, București, 1999 Deaver, Frank, <i>Etica în mass-media</i> , Editura „Silex”, București, 2004 Kant, Immanuel, <i>Critica facultății de judecare</i> , Editura „Trei”, București, 1995 Larson, Charles, <i>Persuasiunea. Receptare și responsabilitate</i> , Editura „Polirom”, Iași, 2003 Midleton, Kent, Robert Trager, Bill f. Chamberlin, <i>Legislația comunicării publice</i> , Editura „Polirom”, Iași, 2002. Mill, Stuart J., <i>Despre libertate</i> , Editura „Alternative”, București, 1995. Newsom, Doug, Judy VanSlyke Turk, Dean Kruckeberg, <i>Totul despre relațiile publice</i> , Editura „Polirom”, Iași, 2003. Newson, Doug; Bob Carrell, <i>Redactarea materialelor de relații publice</i> , Iași: Editura „Polirom”, 2004. Popa, Dumitru, Titus, <i>Dreptul Comunicării</i> , Editura „Norma”, 1999. Pricopie, Remus, <i>Relațiile publice. Evoluție și perspective</i> , Editura „Tritonic”, București. Runcan, Miruna, <i>Introducere în etica și legislația presei</i> , Editura „ALL”, București, 1998 Sartre, Jean-Paul, <i>Ființa și neantul. Eșeu de ontologie fenomenologică</i> , Editura „Paralela 45”, Pitești-București, 2004 Singer, Peter (editor), <i>Tratat de etică</i> , Editura „Polirom”, Iași, 2006 Frunză Sandu, <i>Comunicare etică și responsabilitate socială</i> , Editura Tritonic, București, 2011. Radu Raluca-Nicoleta, <i>Deontologia comunicării publice</i> , Collegium Polirom, București, 2015. Tohaneanu Cecilia, <i>Abordări ale eticii comunicării în relațiile publice</i> , Editura Universitară, București, 2015. Midleton, Kent, Robert Trager, Bill f. Chamberlin, <i>Legislația comunicării publice</i> , Editura „Polirom”, Iași, 2002. Singer, Peter (editor), <i>Tratat de etică</i> , Editura „Polirom”, Iași, 2006 Dagenais, Bernard, 2002, <i>Profesia de relaționist</i> , Polirom, Iași Rapoartele FreeEx 2012-2019, Agenția de Monitorizare a Presei. European Communication Monitor 2020: Ethical Challenges, Gender Issues, Cyber Security and Competence Gaps in strategic communication		

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 și relațiilor publice 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	80%
10.5 Seminar / laborator	Frecvență, parcurgerea bibliografiei, cunoașterea informației predate la curs, elaborarea unor referate, teme de casă pe platforma Danubius Online, teste pe platforma Danubius Online, participarea la dezbateri, gradul de însușire a limbajului de specialitate	Evaluare continuă - 1 test pe Danubius Online - Prezentă activă, susținere proiecte și lucrări practice	20%
10.6 Standard minim de performanță			
- cunoașterea în proporție de 50 % a informației predate la curs; - activitate la seminar de 50 %.			

Data completării

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

Semnătura titularului de seminar
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 Ciclu de studii ¹	Licență
1.6 Programul de studii	Comunicare și Relații Publice
1.7 Forma de învățământ	IF
1.8 Anul universitar	2024-2025

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	PRACTICĂ PENTRU ELABORAREA LUCRĂRII DE LICENȚĂ						
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	III 2024-2025	2.5 Semestrul	II	2.6 Tipul de evaluare CV6	2.7 Regimul disciplinei ² Obligatorie	2.8. Codul disciplinei CC3207	Credite 2

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2 curs	-	3.3 seminar / laborator	3
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	-	3.6 seminar / laborator	42
3.7 Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					4
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate și pe teren					2
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					1
Tutoriat					-
Examinări					-
Alte activități (participare sesiuni comunicări științifice, proiecte de cercetare ș.a.)					1
3.8 Total ore de studiu individual					8
3.9 Total ore pe semestru					50
3.10 Numărul de credite					2

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

4.1 de curriculum	Toate disciplinele de specialitate, obligatorii
4.2 de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	-sală de curs, video-proiector, laptop, platforma e-learning Danubius online, internet
5.2 de desfășurare a seminarului / laboratorului	-sală de curs, video-proiector, laptop, platforma e-learning Danubius online, 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	C1.1. Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării - definirea principalelor concepte specifice disciplinei, utilizarea lor și a terminologiei de specialitate în diverse situații de comunicare; - utilizarea corectă a principalelor metode, tehnici, tactici și strategii de comunicare persuasivă, dar fundamentată pe valori etice. C1.1 Cunoașterea unor metode și tehnici de realizare a produselor de relații publice, publicitate, media, în funcție de specificul locului de practică. C1.2 Cunoașterea unor metode și tehnici de evaluare a rezultatelor obținute, ca urmare a desfășurării activităților specifice domeniului. 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. C2 Identificarea de servicii de relații publice, comunicare cu media, publicitate etc., în acord cu profilul clientului. C3. Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în procesul de relații publice. Stabilirea obiectivelor de comunicare / relații publice relevante organizației. C4 Asocierea obiectivelor de relații publice cu activități și instrumente care pot asigura atingerea lor. C5.2. Utilizarea instrumentarului retoric, argumentativ și semiotic pentru înlăturarea disfuncționalităților în înțelegerea specificului moral al discursului mass-media - utilizarea strategiilor și a metodelor de comunicare în managerierea diversității etice în spațiul mass-media. Cunoștințe • cunoașterea noțiunilor, teoriilor, conceptelor, tehnicilor specifice relațiilor publice; • operarea cu conceptele fundamentale; • explicarea și interpretarea domeniilor conexe relațiilor publice; • înțelegerea conceptelor de specialitate; • aplicarea adecvată a noțiunilor specifice. Abilități • abilități interpersonale; • abilitatea de a lucra într-o echipă interdisciplinară; • comportament etic și de respectare a regulilor deontologiei profesionale; • capacitatea de a concepe proiecte/studii de caz/cercetări studentești și de a le derula. 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	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 - dezvoltarea gândirii critice; - dezvoltarea spiritului analitic, dintr-o perspectivă comparativă; - disponibilitate pentru dialog și dezbateri; - dezvoltarea interesului pentru o interogație reflexivă; - curiozitate și interes pentru problematica etică a comunicării; - coerență și rigoare de gândire și acțiune în domeniul specific al comunicării. - elaborarea unui proiect, aplicând atât cunoștințe, teorii și metode de diagnoză și intervenție, cât și principii de etică profesională; - participarea la realizarea în echipă a unui proiect; - autoevaluarea nevoii de formare profesională. 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>Practică pentru elaborarea lucrării de licență</i> are ca obiectiv general dobândirea de cunoștințe și abilități pentru realizarea unor lucrări academice ce constituie modalități de evaluare pe parcursul anilor de studiu (proiect, studiu de caz, cercetare etc.), formarea unor atitudini și comportamente pertinente, corecte și familiarizarea cu profesia de specialist în relații publice.
7.2 Obiectivele specifice	☛ cunoașterea, înțelegerea și explicarea corectă a conceptelor și teoriilor; ☛ probarea capacităților dialogală, de investigare și de argumentare în aplicarea conceptelor de

	specialitate, în funcție de diversitatea situațiilor concrete; ☛ dezvoltarea gândirii critice și a capacităților de a discerne și de a decide, având conștiința angajării față de ceilalți; ☛ dezvoltarea conștiinței de apartenență la corpul profesional al comunicatorilor și a consilierilor în relații publice; ☛ capacitatea de a formula judecăți de valoare și de a acționa performant în plan profesional. ☛ Să cunoască elementele principale ale unei prezentări.
--	---

8. Conținuturi

Fiecare student din anul III trebuie să întocmească lucrarea de licență. Pentru aceasta coordonatorul de licență din partea facultatii va coordona studentul privind elaborarea lucrării. Totodată sunt propuse întâlniri lunare cu profesorul coordonator de practică pentru soluționarea problemelor apărute, pentru împărtășirea experiențelor, pentru căutarea împreună a unor soluții pentru cazurile mai dificile, întâlniri care se doresc a fi o resursă adițională pentru student	Metode	Observații
Alegerea coordonatorului de licență. Prezentarea temelor de licență. Tehnici de citare. Bibliografie. Formulare specifice.	dezbateră, studiul de caz, analiza	10 ore
Structura lucrării de licență. Elemente de metodologia cercetării. Structura studiului de caz.	dezbateră, studiul de caz, analiza	20 ore
Ghid prezentări power-point.	dezbateră, studiul de caz, analiza, materiale video-audio	12 ore

BIBLIOGRAFIE

- Wilcox, Dennis L. et alii, 2009, *Relații publice: strategii și tactici*, Editura Curtea Veche Publishing, București.
- Balaban, Delia, Hosu, Ioan (coord.), 2009, *PR Trend Societate și Comunicare*, Tritonic, București.
- Oancea Dana (coord.), 2017, *The Golden Book of Romanian Public Relations*, Forum for International Communication, București.
- Cismaru, Diana, *Managementul reputației în mediul online*, Editura Tritonic, București, 2015.
- Ciobotă, Gheorghe, *Marketing - relații publice*, Editura Pro Universitaria, București, 2013.
- Petrovici, Amalia, *Crearea și organizarea de evenimente*, Editura Alma Mater, Bacău, 2012.
- Radu Raluca-Nicoleta, *Deontologia comunicării publice*, Collegium Polirom, București, 2015.
- Tohaneanu Cecilia, *Abordări ale eticii comunicării în relațiile publice*, Editura Universitară, București, 2015.
- Rapoartele FreeEx 2012-2019, Agenția de Monitorizare a Presei.
- European Communication Monitor 2020-2022.
- Cherylyn Ireton și Julie Posetti, *Jurnalism, Fake News și Dezinformare, Manual pentru educația de media și învățământul jurnalistic*, 2021, Unesco și Universitatea din București.
- TAYLOR, G. *Tehnici de scriere pentru studenți: cum să concepi și să scrii eseuri de succes*. București, Editura Comunicarea.ro, 2012.
- CHELCEA, Septimiu. *Manual de redactare în științele umane*. București: Editura Comunicare.ro, 2011
- ANDREESCU, L. - *Libertatea academică: între teorie și practicile universitare* - Iași, Institutul European, 2010.
- Brătianu, Constantin ș.a. - *Elaborarea, redactarea și susținerea lucr. de licență și masterat* - București, Editura Universitară, 2008.
- Vintilă, Mona (coord.) - *Cum să elaborăm o lucrare de licență* - Timișoara, Editura Univ. de Vest, 2008.
- Chelcea, Septimiu - *Cum să redactăm o lucrare de licență, o teză de doctorat ...* - București, Editura Comunicare.ro, 2007.
- Rad, Ilie - *Cum se scrie un text științific: disciplinele umaniste* - Iași, Editura Polirom, 2008.
- Ferréol, Gilles ; Flageul, N. - *Metode și tehnici de exprimare scrisă și orală* - Iași, Editura Polirom, 2007

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 și relațiilor publice 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 stadiul și conținutul lucrării de licență	Colocviu	100%

10.5 Seminar / laborator			-
10.6 Standard minim de performanță			
Elaborarea lucrării de licență.			

Data completării

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

Semnătura titularului de seminar
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 ¹	Licență
1.6 Programul de studii	Comunicare și Relații Publice
1.7 Forma de învățământ	IF
1.8 Anul universitar	2024-2025

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	RELĂȚII PUBLICE ȘI COMUNICARE ÎN AFACERI						
2.2 Titularul activităților de curs	Lect. univ. dr. Florentina POPA						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. univ. dr. Florentina POPA						
2.4 Anul de studiu	III	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare Examen scris	2.7 Regimul disciplinei ² Opțională	2.8. Codul disciplinei CC3108A	Credite 5

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar / laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar / laborator	28
3.7 Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate și pe teren					20
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Tutoriat					-
Examinări					3
Alte activități					10
3.8 Total ore de studiu individual (3.9-3.4)					83
3.9 Total ore pe semestru (nr. de credite X 25)					125
3.10 Numărul de credite					5

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
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 cursului	- sală de curs, video-proiector, laptop, platforma e-learning <i>Danubius online</i> , internet
5.2 de desfășurare a seminarului / laboratorului	- sală de curs, video-proiector, laptop, platforma e-learning <i>Danubius online</i> , internet

¹ licență, masterat, doctorat

² obligatorie, opțională, facultativă

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

Competențe profesionale	C1.1 Explicarea conceptuală a situațiilor de comunicare și a problemelor de specialitate din domeniu. C1.2 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. C2.1 Utilizarea tehnologiilor adecvate în realizarea și comunicarea profesionalizată a diverselor produse de informare, cu respectarea dreptului publicului de a fi informat corect. C4.1 Elaborarea documentației pentru prezentarea unui produs RP. C4.2 Explicarea și interpretarea unui eveniment de RP din perspectiva planificării lui strategice. C5.1 Utilizarea corectă a principalelor metode, tehnici, tactici și strategii de comunicare și/sau mediere. Cunoștințe - Explicarea și interpretarea unor noțiuni care au în vedere procesul de comunicare; a proceselor care stau la baza comunicării orale scrise sau a aceleia care are ca suport gestica, mimica etc., precum și explicarea tuturor acelor tehnici, strategii, care stau la baza comunicării în afaceri. - Cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor legate de comunicarea în afaceri, în special a noțiunilor ce definesc procesul de comunicare, care stabilesc raportul optim dintre ceea ce reprezintă comunicarea internă și cea externă într-o organizație. - Înțelegerea importanței relațiilor publice în comunicarea în afaceri. Abilități - Dezvoltarea abilităților de analiză critic-constructivă a situațiilor, teoriilor, modelelor și metodelor de comunicare în afaceri cu scopul dezvoltării unor abordări creative în formularea de soluții. - Abilități de comunicare verbală, paraverbală și nonverbală. - Identificarea stakeholderilor pentru o organizație și stabilirea celor mai bune strategii de comunicare cu ei. Atitudini - Dezvoltarea ascultării active și a inteligenței emoționale și sociale. - Încurajarea colaborării și interacțiunii cu colegii. - Cultivarea unei atitudini pozitive și responsabile față de persoanele cu care interacționează. - Înțelegerea și respectarea valorilor persoanelor, respectiv ale organizației.
Competențe transversale	CT1 Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă. CT2 Identificarea celor mai bune mijloace pentru a-și crea un stil propriu, personalizat și eficient de creare a mesajului în comunicarea în afaceri.

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

7.1 Obiectivul general disciplinei	al Disciplina <i>Relații publice și comunicare în afaceri</i> are ca obiectiv general formarea unei atitudini științifice cu privire la rolul relațiilor publice în procesul de comunicare în afaceri și înțelegerea principiilor care stau la baza unei comunicări performante, atât interne cât și externe.
7.2.Obiectivele specifice	• Autocunoașterea din perspectiva inteligenței emoționale și sociale. • Corelarea strategiilor de relații publice cu cele de marketing • Înțelegerea importanței comunicării vizuale în afaceri • Îmbunătățirea relației de afaceri cu angajații și partenerii de afaceri. • Stabilirea planului de comunicare. • Promovarea relațiilor cu publicul intern și extern. • Îmbunătățirea abilităților de comunicare de afaceri în firmă. • Stabilirea relațiilor solide cu clienții și cumpărătorii.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1.Comunicarea vizuală 1.1 Logo-ul și sistemul de identificare vizuală 1.2 Comunicarea vizuală aplicată produsului 1.3 Misiunile designului de mediu	prelegerea, discursul interactiv, dezbaterăa unor texte, prezentări video, sistem e-learning	8 ore
2.Comunicarea internă și comunicarea externă în afaceri 2.1 Planul de comunicare și relațiile cu presa 2.2 Strategii de informare și tehnici de relații cu presa 2.3 Biroul de presă în organizații. Monitorizarea și controlul comunicării interne și externe 2.4 Comunicarea de criză	prelegerea, discursul interactiv, dezbaterăa unor texte, prezentări video, sistem e-learning	10 ore
3. Comunicarea publicitară, mecenatul, sponsorizarea și responsabilitatea socială 4.1 Strategia publicitară 4.2 Mecenatul și sponsorizarea – actori și strategii 4.3 Campanii de responsabilitate socială .	prelegerea, discursul interactiv, dezbaterăa unor texte, prezentări video, sistem e-learning	10 ore

BIBLIOGRAFIE

- **Bibliografie minimală de studiu pentru studenți**
- Ciuciuc, Victor-Emanuel, 2021, *Branding în secolul XXI. Rolul eticii și al empatiei în dezvoltarea actuală a brandurilor*, Editura PRO UNIVERSITARIA, București.
- Fisher-Buttinger, Claudia et alții, 2011, *Noul Branding. Cum să construiești capitalul unei mărci*, Polirom, Iași.
- Green, Andy, 2009, *Comunicarea eficientă în relațiile publice. Crearea mesajelor și relațiile sociale*, Polirom, Iași.
- Hopkins, C. Claude, 2014, *Legile științifice ale publicității*, Editura VIDIA, București.
- Jennings, Jason, Haughton, 2020, Laurence, *Companie de mare viteză*, Editura ACT și Politon, București.
- Larson, Charles, 2011, *Persuasiunea. Receptare și responsabilitate*, Polirom, Iași.
- Libaert, Thierry, 2009, *Planul de comunicare. Cum să-ți definești și să-ți organizezi strategia de comunicare*, Editura Polirom, Iași.
- Miller, Donald, 2021, *Creează un StoryBrand*, Editura ACT și Politon, București.
- Newsom, Doug et alii, 2010, *Totul despre relații publice*, ediția a II-a, Polirom, Iași.
- Oancea, Dana coordonator, 2017, *The Golden Book of Romanian Public Relations. 15 ani de practică și reperele unei industrii*, Monitor Oficial R.A., București.
- Olins, Wally, 2009, *Manual de branding*, Editura Vellant, București.
- Senge, Peter, 2012, *A cincea disciplină. Arta și practica organizațiilor care învață*, Editura Business Tech Internațional, București.

Bibliografie de elaborare a cursului

- Bock, Laszlo, 2017, *Work Rules*, Editura Publica, București.
- Collins, Tatum, et. alții. 2016, *Echipa de echipe*, Editura Publica, București.
- Charvet, Shelle Rose, 2021, *Cuvinte care schimbă minți*, Editura LITERA, București.
- Gerber, Michael, *Mitul antreprenorial. De ce nu funcționează majoritatea micilor afaceri și ce e de făcut în această privință*, Editura ACT și Politon, București.
- Pascu, Emilia, 2022, *Aspecte teoretice privind îmbunătățirea relațiilor cu clienții*, Editura Universitară, București
- 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.
- Olins, Wally, 2009, *Manual de branding*, Editura Vellant, București.
- Oliver, Sandra, 2009, *Strategii de relații publice*, Polirom, Iași.
- Rowles, Daniel, 2022, *Digital Branding: A Complete Step-By-Step Guide to Strategy, Tactics, Tools and Measurement*, Editura Kogan Page.
- Pease, Allan et alții, 2011, *Limbajul trupului în mediul de afaceri*, Curtea Veche, București.
- Șupeală, Doru, 2021, *Employer Branding 100%*, Editura Curtea Veche, București.
- Senge, Peter, 2012, *A cincea disciplină. Arta și practica organizațiilor care învață*, Editura Business Tech Internațional, București.

- Westphalen, Marie – Hélène, 2008, *Comunicarea externă a firmei*, Editura C.H. Beck, București.
- Wilcox, Dennis L. et alii, 2009, *Relații publice: strategii și tactici*, Editura Curtea Veche Publishing, București.
- 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.

8.2 Seminar / laborator	Metode și procedee didactice	Observații
1. Ce înseamnă să fii un lider - Hărțile mentale - Convingerile, valorile și atitudinile - Coeficientul de inteligență - Coeficientul de inteligență emoțională - Coeficientul de viziune - Coeficientul de adversitate - Stiluri de leadership	explicația, conversația euristică, dezbateră, problematizarea, studiul de caz	4 ore
2. Strategia de comunicare vizuală	explicația, conversația euristică, problematizarea, analiza, sinteza,	2 ore
3. Crearea manualului de identitate vizuală	dezbateră, studiul de caz, analiza, sinteza,	4 ore
4. Comunicarea vizuală aplicată produsului	conversația euristică, prezentări video, sistem e-learning	2 ore
5. Tehnici de relații cu presa	explicația, conversația euristică,	2 ore
6. Structurarea planului de comunicare pentru o organizație	dezbateră, brainstorming-ul, problematizarea, studiul de caz,	2 ore
7. Biroul de presă. Monitorizarea presei – studiu de caz	analiza, sinteza, prezentări video,	2 ore
8. Identificarea situațiilor de criză și planul de comunicare de criză – studii de caz	conversația euristică, dezbateră, studiul de caz, analiza, sinteza, prezentări video,	4 ore
9. Comunicarea publicitară – studii de caz	explicația, conversația euristică, studiu de caz	2 ore
10. Analiza strategiei publicitare și a canalelor de difuzare utilizate	dezbateră, brainstorming-ul, problematizarea, studiul de caz, analiza, sinteza, prezentări video,	4 ore

Bibliografie

- Balaban, Delia-Cristina, 2021, *Publicitatea. De la planificarea strategică la implementarea media*, Editura Polirom, Iași.
- Cmeciu, Camelia, 2013, *Tendințe actuale în campaniile de relații publice*, Polirom, Iași.
- Hopkins, Claude, 2014, *Legile științifice ale publicității*, Editura VIDIA, București.
- Miller, Donald, 2021, *Crează un storybrand*, Editura ACT și Politon, București.
- Schmidt, Eric, Rosenberg, Jonathan, 2014, *Cum funcționează GOOGLE*, Editura Publica, București
- Wilcox, Dennis L. et alii, 2009, *Relații publice: strategii și tactici*, Editura Curtea Veche Publishing, București.
- <https://www.pr-romania.ro>

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 în afaceri, relațiilor publice și cu problematica actuală a reglementărilor existente și aplicabile domeniului media românesc online și off line.

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 analiză, sinteză, redactare și prezentare a informațiilor acumulate la curs sub forma unei lucrări	Examen scris Examen oral	30% 30%

	științifice		
10.5 Seminar / laborator	Frecvență, parcurgerea bibliografiei, cunoașterea informației predate la curs, elaborarea unor referate, teme de casă pe platforma Danubius Online, teste pe platforma Danubius Online, participarea la dezbateri, gradul de însușire a limbajului de specialitate	Evaluare continuă:	40%
		- teme de seminar pe Danubius Online	30%
		- Prezența activă, susținere proiecte și lucrări practice	10%
10.6 Standard minim de performanță			
- cunoașterea în proporție de 50 % a informației predate la curs; - activitate la seminar de 50 %.			

Data completării

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

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 ¹	Licență
1.6 Programul de studii	Comunicare și Relații Publice
1.7 Forma de învățământ	IF
1.8 Anul universitar	2024-2025

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	COMUNICARE INTERPERSONALĂ ȘI CONFLICT						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Alina Beatrice CHEȘCĂ						
2.3 Titularul activităților de seminar	Asist. univ. dr. Viorica ISAIA						
2.4 Anul de studiu	III	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare Examen scris	2.7 Regimul disciplinei ² Opțională	2.8. Codul disciplinei CC3109A	Credite 5

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar / laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar / laborator	28
3.7 Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate și pe teren					20
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					16
Tutoriat					-
Examinări					3
Alte activități					10
3.8 Total ore de studiu individual (3.9-3.4)					69
3.9 Total ore pe semestru (nr. de credite X 25)					125
3.10 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	Introducere în științele comunicării Introducere în relații publice Relații publice și antreprenoriat

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	- sală de curs, video-proiector, laptop, , internet
5.2 de desfășurare a seminarului / laboratorului	- sală de curs, video-proiector, laptop, , internet

¹ licență, masterat, doctorat

² obligatorie, opțională, facultativă

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

Competențe profesionale	C.1. Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării -utilizarea corectă a principalelor metode, tehnici, tactici și strategii de comunicare interpersonală, în funcție de dimensiunile psihologice ale persoanelor angajate în actul comunicării; -utilizarea instrumentarului argumentative și a strategiilor de identificare și înlăturarea disfuncționalităților în comunicare; -utilizarea strategiilor practic-acționale necesare realizării efective a unui proces de comunicare interindividuală asertivă și empatică; -evaluarea critică a formelor și teoriilor proprii cu privire la conflict în diversitatea/complementaritatea sa; -elaborarea unui plan de comunicare eficientă; -elaborarea unei strategii de rezolvare sau prevenire a conflictelor Cunoștințe: -despre specificitatea comunicării interpersonale; -despre natura și cauzele conflictelor; -despre strategiile de rezolvare și prevenire a conflictelor Abilități: - de empatie a conversa; - de a asculta; - de a influența Atitudini: -proactivă; -empatie; -de ajutor și consiliere; -de suport; de cooperare
Competențe transversale	--elaborarea unui proiect, aplicând atât cunoștințe, teorii și metode de diagnoză și intervenție, cât și principii de etică profesională; -participarea la realizarea în echipă a unui proiect; - autoevaluarea nevoii de formare profesională.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Disciplina <i>Comunicarea interpersonală și conflict</i> are ca obiectiv general formarea unor atitudini și comportamente adecvate unei comunicări interpersonale eficiente, lipsite de conflict.
7.2.Obiectivele specifice	- definirea principalelor concept specific disciplinei, utilizarea lor și a terminologiei de specialitate în comunicarea interprtsonală și conflict; -utilizarea corectă a principalelor metode, tehnici, tactici și strategii de comunicare în funcție de dimensiunile conflictelor angajate în actul comunicării; realizarea unei comunicări interpersonale eficiente; -utilizarea instrumentarului argumentativ și semiotic pentru înlăturarea disfuncționalităților în comunicare; -utilizarea strategiilor practic-acționale necesare realizării efective a unui proces de comunicare interindividuală asertivă și empatică; -evaluarea critică a formelor și teoriilor proprii comunicării interpersonale în diversitatea/ complementaritatea sa;

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
Comuniarea interpersonală a) Principiile și mizele comunicării interpersonale b) Obiectivele comunicării interpersonale c) Formele comunicării interpersonale d) Comunicarea, între verbal și nonverbal e) Conversația	prelegerea, dezbaterea, exemplificarea, conversația	8 ore
Conflictul – o dimensiune semnificativă a comunicării a) Natura conflictului b) Sursele conflictelor c) Tipologia conflictului d) Un model al procesului conflictului	prelegerea, dezbaterea, exemplificarea, conversația	6 ore
Perturbarea comunicării ca sursă a conflictului a) Cauze externe și interne ale perturbării comunicării b) Comunicarea și comportamentele care provoacă situații conflictuale c) Comunicarea preventivă pentru conflict	prelegerea, dezbaterea, exemplificarea, conversația	6 ore
Prevenirea și rezolvarea conflictelor Ascultarea activă. Exprimarea asertivă Tehnici de obținere a complianței Strategii de prevenire a conflictelor Modalități de tratare a conflictelor. Modele de rezolvare a conflictelor Strategii de rezolvare a conflictelor. Diminuarea efectelor emoționale negative ale conflictelor	prelegerea, dezbaterea, exemplificarea, conversația	8 ore

BIBLIOGRAFIE

Bibliografie minimală de studiu pentru studenți

- Albu, G., (2008), *Comunicarea interpersonală: Aspecte formative și valențe psihologice*, Editura Institutului European, Iași;
- Arsith Mirela, *Comunicarea interpersonală și conflictul*, (note de curs), 2018, pe Platforma online a UDG
- Chiru, I., *Comunicarea interpersonală*, Tritonic, București, 2014;
- Chelcea Septimiu, “Comunicarea nonverbală: gesturile și postura”, *Comunicare.ro*, 2005.
- Collett, P. (2011), *Cartea gesturilor*, Bucuresti: Editura Trei.
- Mucchielli, A. (20015). *Arta comunicarii*. Iași: Editura „Polirom“.
- Mucchielli, A. (2015). *Arta de a influența*. Iași: Editura „Polirom
- Stoica-Constantin, A. (2004). *Conflictul interpersonal*. Iași: Editura „Polirom“.

Bibliografie selectivă de elaborare a cursului

- Albu, G., (2008), *Comunicarea interpersonală: Aspecte formative și valențe psihologice*, Editura Institutului European, Iași;
- Arsith Mirela, *Comunicarea interpersonală și conflictul*, 2018, (note de curs), pe Platforma online a UDG
- Chiru, I., *Comunicarea interpersonală*, Tritonic, București, 2014;
- Chelcea Septimiu, “Comunicarea nonverbală: gesturile și postura”, *Comunicare.ro*, 2005.
- Coman, A. (2008). *Tehnici de comunicare. Proceduri si mecanisme psihosociale*. București: Editura C.H. Beck.
- Collett, P. (2011), *Cartea gesturilor*, Bucuresti: Editura Trei.
- Dinu, M., (2008), *Fundamentele comunicării interpersonale*, Editura All, București;
- Floyd, Kory, 2013, *Comunicarea interpersonală*, Ed. Polirom.
- Ivan, L., (2009), *Cele mai importante 20 de secunde: Competența în comunicarea nonverbală*, Editura Tritonic, București
- Messinger, J., (2010), *Interpretarea gesturilor: Cum să descifrezi limbajul trupului*, Editura Litera, București;
- Messinger Joseph, (2011), „*Dicționar ilustrat al gesturilor*”, Editura Litera

- Mucchielli, A. (20015). *Arta comunicarii*. Iași: Editura „Polirom“.
- Mucchielli, A. (2015). *Arta de a influența*. Iași: Editura „Polirom
- Pânișoară, I., O., „*Comunicarea Eficienta*”, Editura Polirom 2008.
- Reiman, T. (2010), *Limbaajul trupului*, Bucuresti: Editura Curtea Veche Publishing.
- Stoica-Constantin, A. (2004). *Conflictul interpersonal*. Iași: Editura „Polirom“.
- Turk, C. (2009), *Comunicare eficienta*, Bucuresti: EdituraTrei

8.2 Seminar / laborator	Metode și procedee didactice	Observații
Caracteristicile comunicării interpersonale Aspecte ale conversației Atitudine și comunicare	explicația, conversația euristică, dezbateră, brainstorming-ul, problematizarea, studiul de caz,	6 ore
Conflictul și cauzele lui Perturbarea comunicării și conflictele	explicația, conversația euristică, dezbateră, brainstorming-ul, problematizarea, studiul de caz, prezentări video.	8 ore
Medierea și rezolvarea conflictelor	explicația, studiul de caz, analiza, sinteza, prezentări video,	6 ore
Tehnici și strategii de rezolvare a conflitelor Prevenirea conflictelor	Prezentarea proiectelor semestriale; controlul si evaluarea proiectelor prin metoda jocului de rol. Se impart studentii in grupe astfel incat fiecare grupa sa poata fi si prezentator si evaluator.	8 ore

Bibliografie

- Albu, G., (2008), *Comunicarea interpersonală: Aspecte formative și valențe psihologice*, Editura Institutului European, Iași;
- Arsith Mirela, *Comunicarea interpersonală și conflictul*, 2018, (note de curs), pe Platforma online a UDG
- Chiru, I., *Comunicarea interpersonală*, Tritonic, București, 2014;
- Chelcea Septimiu, „Comunicarea nonverbală: gesturile și postura”, *Comunicare.ro*, 2005.
- Coman, A. (2008). *Tehnici de comunicare. Proceduri si mecanisme psihosociale*. București: Editura C.H. Beck.
- Collett, P. (2011), *Cartea gesturilor*, Bucuresti: Editura Trei.
- Dinu, M., (2008), *Fundamentele comunicării interpersonale*, Editura All, București;
- Floyd, Kory, 2013, *Comunicarea interpersonală*, Ed. Polirom.
- Ivan, L., (2009), *Cele mai importante 20 de secunde: Competența în comunicarea nonverbală*, Editura Tritonic, București
- Messinger, J., (2010), *Interpretarea gesturilor: Cum să descifrezi limbaajul trupului*, Editura Litera, București;
- Messinger Joseph, (2011), „*Dicționar ilustrat al gesturilor*”, Editura Litera
- Mucchielli, A. (20015). *Arta comunicarii*. Iași: Editura „Polirom“.
- Mucchielli, A. (2015). *Arta de a influența*. Iași: Editura „Polirom
- Pânișoară, I., O., „*Comunicarea Eficienta*”, Editura Polirom 2008.
- Reiman, T. (2010), *Limbaajul trupului*, Bucuresti: Editura Curtea Veche Publishing.
- Stoica-Constantin, A. (2004). *Conflictul interpersonal*. Iași: Editura „Polirom“.
- Turk, C. (2009), *Comunicare eficienta*, Bucuresti: EdituraTrei

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

Conținutul disciplinei este în concordanță cu discipline predate și în alte centre universitare din țară și străinătate.

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 Seminar / laborator	Frecvență, parcurgerea bibliografiei, cunoașterea informației predate la curs, elaborarea unor referate, teme de casă participarea la dezbateri.	Evaluare continuă:	40%
10.6 Standard minim de performanță			
- cunoașterea în proporție de 60 % a informației predate la curs; - activitate la seminar de 40 %.			

Data completării

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

Conf.univ.dr.

CHEȘCĂ Alina Beatrice

Data avizării în departament

Semnătura directorului de departament