



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program	
1.1 Instituția de învățământ superior	SNSPA
1.2 Facultatea / Departamentul	Comunicare și Relații Publice
1.3 Departamentul	Comunicare
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	Comunicare și Relații Publice

2. Date despre disciplină							
2.1 Denumirea disciplinei	Comunicare în media digitale						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf.univ.dr. Dan Sultănescu						
2.3 Titularul activităților de seminar	Asistent univ. dr. Mihai Gavrilescu						
2.4 Anul de studiu	1	2.5 Semestrul	2	2.6 Tipul de evaluare	Examen	2.7 Regimul disciplinei	DS

3. Timpul total estimat (ore pe semestru pentru activitățile didactice)							
3.1 Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar	1	3.4 laborator / activități practice	-
3.5 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar	14	3.8 laborator / activități practice	-
Distribuția fondului de timp							Ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe							15
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren							15
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri							15
Tutoriat							0
Pregătire examinări							0
Alte activități							55
3.7 Total ore studiu individual	58						
3.8 Total ore din planul de învățământ	42						
3.9 Total ore pe semestru	100						
3. 10 Numărul de credite	4						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)	
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 cu videoproiector
5.2. de desfășurare a seminarului	● Sală de laborator informatic

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	1. Cunoaștere și înțelegere (cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor/conceptelor specifice disciplinei) ● Înțelegerea și cunoașterea conceptelor referitoare la comunicarea din mediul online – și a diferențelor față de restul formelor de comunicare. ● Însușirea unor reguli etice de bază privind comunicarea din mediul online – ca element de specificitate pentru acest mediu (inclusiv cunoașterea unor elemente primare de protecție a datelor personale). ● Cunoașterea principiilor planificării și realizării de campanii de comunicare extinse. 2. Explicarea și înțelegerea mediului de comunicare online – din România și din țările occidentale ● Relația dintre mediul digital și alte medii de comunicare. Diferențe și asemănări ● Publicuri diferite, comportamente diferite – înțelegerea publicului și a tendințelor legate de mediul de comunicare online ● Deprinderea de cunoștințe despre sursele de date despre aceste subiecte și revalidarea constantă a acestora – folosirea de surse publice deschise 3. Familiarizarea cu instrumentele practice existente pe platformele online pentru eficientizarea comunicării – atât din perspectiva monitorizării rezultatelor, cât și din perspectiva construirii mai eficiente a conținutului ● Utilizarea unor instrumente de analiză și interpretare specifice. ● Utilizarea unor instrumente de creare de conținut eficient. ● Utilizarea noilor tehnologii generative – instrumente AI de creare conținut. 4. Atitudini practice (dezvoltarea unei atitudini critice față de instrumentele existente în spațiul public, asimilarea unor criterii cu puternică dimensiune etică în folosirea datelor, deschiderea spre lucrul în echipă și spre căutarea de competențe complementare, valorificarea propriului potențial creativ în folosirea instrumentelor disponibile, deschiderea spre dezvoltarea profesională continuă specifică acestui domeniu) ● Recompensarea lucrului în echipă inclusiv în evaluarea finală – și stimularea rezolvării problemelor în echipe diverse; ● Motivarea studenților de a explora critic instrumentele disponibile și valorificarea potențialului creativ prin mai bună înțelegere a acestora; ● Facilitarea înțelegerii funcționării concrete a mediului profesional – interacțiuni cu actori relevanți din piață, precum și cunoașterea activă a mediului profesional; ● Evidențierea legăturilor cu zone de expertiză complementare (data science, sociologie, producție multimedia, jurnalism, știința politică, advertising, marketing etc).
Competențe transversale	Capacitatea de analiză și sinteză, capacitatea de interpretare

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

7.1 Obiectiv general	Curs introductiv, prin care studenții se familiarizează cu instrumente practice, utile în derularea de comunicare în media digitale, mai exact pe platforme media online.
-----------------------------	---



	Scopul cursului este de a discuta aplicat despre activitatea de comunicare pe platforme media online, intelegand cum functioneaza: ● cautarea online, ● monitorizarea si social media listening, ● crearea de continut (text si video), ● planificarea de campanii si derularea lor, ● inclusiv evaluarea rezultatelor acestora.
7.2 Obiective specifice	La sfârșitul cursului, studentul trebuie să fie capabil să: ● Inteleaga concepte de baza in comunicare digitala ● Cunoasca audientele din digital si social media ● Sa cunoasca instrumente digitale actuale (destinate masurarii comunicarii online, dar si crearii de comunicare online) ● Sa poata construi si planifica campanii de comunicare digitale in mediul online.
7.3. Rezultatele învățării	CUNOȘTIȘTE ● Să cunoască publicul (audiențele/impactul) asociate diverselor forme de comunicare pe platforme media online, și să poată folosi instrumente de monitorizare a comunicării din mediul online (inclusiv social media). ● Să poată înțelege conceptele folosite în media online, să poată analiza datele existente, să poată extrage date din mediul online; să poată folosi instrumente publice pentru a discerne între conținuturi diferite din mediul online pentru a înțelege cum se măsoară succesul comunicării în mediul online. ● Să cunoască etapele necesare elaborării unei campanii de comunicare în mediul online, precum și instrumentele și abilitățile necesare derulării unei astfel de campanii. ● Să cunoască elemente de estionare a conținutului creat pentru comunicarea online - instrumente disponibile, reguli, exemple de succes, expertize necesare etc. ● Să poată aplica cunoștințele dobândite pe situații concrete ce presupun măsurarea impactului comunicării sau planificării creării strategice de conținut util pentru comunicarea online. ABILITĂȚI ● Să știe să folosească instrumente digitale de monitorizare online, de culegere date, de măsurare impact, de creare de continut, de creare campanii profesioniste in social media ● Analizează critic datele pe care le are la dispozitie (pe platforme proprii sau din instrumente terte) ● Lucreaza eficient cu instrumente digitale avansate & cu asistenti AI RESPONSABILITATE ȘI AUTONOMIE ● Aplica principii invatate pentru crearea de continut practic in comunicarea online, precum si in evaluarea comunicarii online existenta ● Lucreaza in echipa (si intelege dinamica sarcinilor digitale in echipa, folosind instrumente digitale)

8. Conținuturi		
8.1. Curs	Metode de predare	Observații
1. Introducere, concepte, reguli	Prelegere, suport electronic (ppt)	
2. Navigare in digital. Căutarea booleană	Prelegere, suport electronic (ppt)	
3. Digitalul românesc – online vs offline. Comparație cu restul lumii occidentale	Prelegere, suport electronic (ppt)	
4. Profilul publicului care consumă media online. Măsurarea audiențelor	Prelegere, suport electronic (ppt)	
5. Monitorizare. Analitice simple pe rețelele sociale	Prelegere, suport electronic (ppt)	



6. Monitorizare. Analitice complexe pe rețelele sociale	Prelegere, suport electronic (ppt)	
7. Platforme digitale clasice	Prelegere, suport electronic (ppt)	
8. Marketing personalizat online. Protecția datelor personale	Prelegere, suport electronic (ppt)	
9. Content marketing pe platforme online	Prelegere, suport electronic (ppt)	
10. Influencer marketing. Topuri, reguli, monitorizare	Prelegere, suport electronic (ppt)	
11. Facebook. Reclame, campanii	Prelegere, suport electronic (ppt)	
12. Facebook groups. Conținut, rețele, abordări	Prelegere, suport electronic (ppt)	
13. Vânzări online. Dinamica pieței	Prelegere, suport electronic (ppt)	
14. Integrarea comunicării. Campaniile electorale. Planificare campanii	Prelegere, suport electronic (ppt)	

8.2. Seminar/laborator	Metode de predare
1. Seminar introductiv.	Introducere (prezentarea planului, evaluare, mod de lucru) + metode de cautare in digital media (exercitii de cautare booleana). Piata media digitala si publicul care consuma digital media (analiza date sondaje) Definire grupuri de lucru + definirea primei teme
2. Prezentare Tema 1	Prezentare Tema 1. Monitorizarea unui subiect in online Folosire NewsVibe & Google Trends
3. Prezentare Tema 2	Prezentari Tema 2. Crearea de continut digital. Site, cu Wordpress si rețele sociale
4. Prezentare Tema 3	Prezentare Tema 3. Analiza impact influenceri.
5. Prezentare Tema 4	Prezentare Tema 4. Realizare reclame in social media, cu rezultate reale
6. Prezentare Tema 5	Prezentare Tema 5. Folosirea unor asistenti AI pentru crearea de continut
7. Recapitulare, exercitii, teme	Trecere in revista instrumente digitale folosite. Recapitulari

Lecturi recomandate:

Rapoarte

Reuters Institute Digital News Report **2022** - <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022>

Media Factbook Romania **2022** - <http://www.mediafactbook.ro/>

Date Pew Research Institute / State of News Media -

<https://www.journalism.org/fact-sheet/digital-news/>

Date Pew Internet Institute - <https://www.pewresearch.org/internet/fact-sheet/social-media/>

Hootsuite Digital Data **2022** - <https://www.hootsuite.com/resources/digital-trends-q4-update>

Hootsuite Social Trends **2022** - <https://www.hootsuite.com/research/social-trends>

Brandwatch Trends **2022** - <https://www.brandwatch.com/reports/consumer-trends/>

Raport extins de cercetare **FMDL&SNSPA** despre participarea civica -

<http://infopolitic.ro/studii/cultura-participativa-in-romania-2012-vs-2016.html>

New Research Reveals How Consumers View Brand Purpose in **2020** <https://www.brandwatch.com/reports/2020-brand-purpose/view/>

Brandwatch Digital Marketing Trends **2023** - <https://www.brandwatch.com/reports/2023-digital-marketing-trends/>

Recomandari despre short videos - <https://www.axios.com/2023/01/13/short-video-creativity-crisis-tiktok-internet>



Volume

- Bartlett, J. (2019), *Oameni vs Tehnologie. Internetul trebuia sa ne elibereze*, Bucuresti: Nemira
- Susskind, J. (2018), *Politica viitorului. Tehnologia digitala si societatea*. Corint
- Tegmark, M. (2017), *Viata 3.0. Omul in epoca inteligentei artificiale*, Bucuresti: Humanitas.
- Castells, M., (2015), *Networks of Outrage and Hope. Social Movements in the Internet Age*, Polity, 2nd edition
- Naim, M. (2015), *Sfarsitul puterii*. Antet XX Press
- Dutton, W.H. (editor), (2013), *The Oxford Handbook of Internet Studies*, Oxford University Press, doi: 10.1093/oxfordhb/9780199589074.001.0001
- Graham, Mark and Dutton, William H. (eds.) (2014), *Society & the Internet. How Networks of Information and Communication are Changing Our Lives*. Oxford: Oxford University Press
- Van Dijk. J (2013), *The Culture of Connectivity: A critical history of social media*, Oxford University Press
- Castells, M., (2010), *The Rise of the Network Society, Vol1. Information Age*, Wiley Blackwell, 2nd edition

Articole

- Pew Research Center for the People and the Press (2011) Americans spending more time following the news. Available at <https://www.people-press.org/2010/09/12/americans-spending-more-time-following-the-news/>
- Valoarea datelor din social media - https://www.accenture.com/_acnmedia/Accenture/Conversion-Assets/DotCom/Documents/Global/PDF/Technology_6/Accenture-Unlocking-Value-Social-Data.pdf
- A marketing communications approach for the digital era: Managerial guidelines for social media integration <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0007681315000634>
- Digital literacy - <https://www.learntechlib.org/p/4793/>
- A marketing communications approach for the digital era: Managerial guidelines for social media integration <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0007681315000634>

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

Conținutul cursului include cele mai noi standarde, principii și ghiduri de bună practică recunoscute la nivel internațional de comunitatea de practică și cercetare (datele și metodologiile sunt deja folosite în practica de CPD SNSPA și de University of South Carolina, institutii partenere), iar conceptele teoretice și modelele utilizate fac referire la ultimele rezultate ale cercetărilor academice, integrând și evoluția sub-domeniului. Studenții sunt de asemenea inițiați în utilizarea unor instrumente online de monitorizare (versiuni comerciale disponibile pentru acest curs – NewsVibe.ro).

10. Evaluare

Tip activitate

10.4. Curs

10.1. Criterii de evaluare

Participare activa la cursuri.

10.2. Metode de evaluare

10 puncte acordate de titular. Prezența

10.3. Pondere din nota finală

Max 10%



Bifarea rezultatelor corecte – 30 puncte maxim. Chestionarul – cu variantele de raspuns corecte, va fi publicat ulterior
Examen scris, tip grila, sustinut prin chestionar online
Total posibil = 100 puncte.
Nota = nr de puncte / 10

30%

10.5. Seminar

Prezența

Prezența la minim 3 seminare. 10 puncte

Max 10%

Tema de grup 1-5

Bifarea cerintelor. Tema se evalueaza ca trecut/picat – cate 10 puncte pt fiecare tema. Total 50 de puncte

50%
(25% daca se reface, in urma evaluării ca picat)

Standard minim de performanță: nota 5

Cerință minimă pentru nota 5 = Cumularea de 50 puncte din cele 4 condiții de mai sus

Data completării
1.10.2025

Titular curs
Conf.Univ.dr. Dan Sultanescu

Titular seminar
Asist. Univ. dr. Mihai Gavrilescu

Aviz Consiliul Departamentului de Comunicare
Conf. univ. dr. Loredana Vladu

Decan FCRP
Prof. univ. dr. Alina Bargaoanu



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program			
1.1 Instituția de învățământ superior	SNSPA		
1.2 Facultatea / Departamentul	Comunicare și Relații Publice		
1.3 Departamentul	Comunicare		
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării		
1.5 Ciclul de studii	Licență		
1.6 Programul de studii/Calificarea	Comunicare și Relații Publice		

2. Date despre disciplină							
2.1 Denumirea disciplinei	Etică și redactare academică						
2.2 Titularul activităților de curs	Lector Univ. Dr. Florența Toader						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lector Univ. Dr. Florența Toader, cda drd. Sandra Torica						
2.4 Anul de studiu	1	2.5 Semestrul	1	2.6 Tipul de evaluare	Examen	2.7 Regimul disciplinei	DF

3. Timpul total estimat (ore pe semestru pentru activitățile didactice)							
3.1 Număr de ore pe săptămână	5	din care:	2	3.3 seminar	1	3.4 laborator /activități practice	2
		3.2 curs					
3.5 Total ore din planul de învățământ	70	din care:	28	3.7 seminar	14	3.8 laborator / activități practice	28
		3.6 curs					
Distribuția fondului de timp							Ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe							25
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren							25
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri							16
Tutoriat							14
Pregătire examinări							-
Alte activități.....							-
3.7 Total ore studiu individual	80						
3.8 Total ore din planul de învățământ	70						
3.9 Total ore pe semestru	150						
3. 10 Numărul de credite	6						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)	
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	● Nu este cazul.



5.2. de desfășurare a seminarului	● Parcurgerea materialelor și pregătirea temelor aferente fiecărui seminar, ca bază pentru desfășurarea activităților.
-----------------------------------	--

6. Competențele specifice acumulate

C o m p e t e n ț e p r o f e s i o n a l e	Prin participarea la cursurile acestei discipline, studenții vor dobândi următoarele cunoștințe și abilități specifice: • aplică tehnici de redactare (structurare a conținutului în narativ, descriptiv, argumentativ sau persuasiv) și principii de retorică pentru a informa, convinge sau motiva publicul; • argumentează logic și critic punctele forte și slabe ale soluțiilor, concluziilor sau abordărilor alternative; • evaluează critic informațiile și sursele utilizate; • redactează corect și adecvat stilistic texte academice în diferite genuri și dimensiuni (eseu, recenzie, articol, rezumat etc.); • demonstrează prin redactare academică gândire critică și capacitatea de construcție a cunoașterii; • selectează surse bibliografice relevante și cu autoritate științifică; • aplică corect un sistem de citare și corectează erorile de citare, inclusiv în textele generate de AI; • utilizează software de management bibliografic (Zotero, Mendeley) și evaluează critic funcționalitățile AI în gestionarea citărilor; • analizează impactul fraudelor intelectuale (plagiat, contrafacere, fabricare, utilizarea necritică a AI); • integrează metode de cercetare cantitativă și calitativă în redactarea academică; • construiește texte coerente și originale folosind structuri argumentative adecvate (paragraf, introducere, concluzie, tranziții); • valorifică rolul paratextului academic (rezumate, cuvinte-cheie, indexuri) în scriere și evaluare critică; • integrează AI ca asistent productiv în procesul de scriere, păstrând controlul și responsabilitatea asupra conținutului final; • evaluează impactul diverselor tipuri de fraudă intelectuală (plagiat, contrafacere, fabricare, folosirea necritică a AI).
C o m p e t e n ț e p r o f e s i o n a l e	Prin participarea la cursurile acestei materii, studenții vor dobândi următoarele cunoștințe și abilități specifice: • evaluează critic informațiile și sursele acestora; • comunică eficient cu membrii echipelor de proiect; • respectă standardele de integritate etică și onestitate profesională; • utilizează avansat tehnologiile IT în activitatea profesională; • abordează empatic interacțiunile cu beneficiarii, clienții, colegii și partenerii; • promovează toleranța, nediscriminarea și echitatea în diverse contexte profesionale și relații interumane; • aplică autoevaluarea asupra progreselor de învățare și a necesităților de profesionalizare; • proiectează prospectiv obiective profesionale;



s
a
l
e

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

7.1 Obiectiv general

Formarea competențelor necesare redactării academice și profesionale, prin integrarea cunoștințelor teoretice cu abilități practice de structurare a textelor științifice, respectarea normelor de citare și valorificarea onestității intelectuale, astfel încât studenții să utilizeze critic și responsabil inteligența artificială, să redacteze texte originale și să-și dezvolte gândirea autonomă.

7.2 Obiective specifice

Prin parcurgerea acestei discipline, se urmărește:

- Aplicarea tehnicilor de redactare și retorică: să aplice în mod corect tehnici de structurare a conținutului (nativ, descriptiv, argumentativ, persuasiv) și principii de retorică pentru a elabora texte adaptate scopului comunicării;
- Argumentarea logică și critică: să analizeze și să construiască argumente coerente, identificând punctele forte și slabe ale soluțiilor, concluziilor sau abordărilor alternative;
- Evaluarea informațiilor și surselor: să evalueze critic relevanța și credibilitatea surselor, distingând între cele autentice și cele nerelevante sau fabricate;
- Redactarea academică adecvată: să redacteze corect și adecvat stilistic texte academice în diferite genuri (eseuri, recenzii, articole, rezumate);
- Dezvoltarea gândirii critice prin scriere: să utilizeze redactarea academică pentru a demonstra gândire critică și capacitate de construcție a cunoașterii;
- Gestionarea surselor și citărilor: să selecteze surse bibliografice relevante și să aplice corect un sistem de citare, corectând erorile, inclusiv în textele generate de AI;
- Utilizarea software-ului de management bibliografic: să folosească aplicații precum Zotero sau Mendeley și să evalueze critic funcționalitățile AI în generarea citărilor;
- Respectarea eticii academice: să analizeze impactul fraudelor intelectuale (plagiat, contrafacere, fabricare, folosirea necritică a AI) și să aplice standardele de integritate;
- Integrarea metodelor de cercetare: să compare și să utilizeze metode de cercetare cantitativă și calitativă în redactarea academică;
- Construirea de texte originale și coerente: să elaboreze texte bine structurate, folosind paragrafe, introduceri, concluzii și tranziții adecvate.
- Valorificarea elementelor paratextului: să utilizeze rezumate, cuvinte-cheie și indexuri pentru a susține claritatea și accesibilitatea textelor;
- Integrarea responsabilă a AI: să folosească AI ca asistent productiv în procesul de scriere, menținând controlul și responsabilitatea asupra conținutului final.

7.3 Rezultatele învățării

Cunoștințe

- Explică conceptele fundamentale ale redactării academice (stiluri, genuri, structuri argumentative) și principiile de retorică utilizate pentru a informa, convinge sau motiva publicul.
- Identifică normele etice și standardele de integritate academică aplicabile procesului de scriere și utilizării AI în redactare.



- Clasifică și compară metodele de citare și gestionare a surselor bibliografice, precum și funcționalitățile software-urilor de management bibliografic (Zotero, Mendeley).

Aptitudini

- Redactează texte academice corecte, coerente și originale (eseuri, articole, recenzii, rezumate), utilizând structuri argumentative adecvate (introducere, concluzie, tranziții).
- Aplică tehnici de redactare (narativă, descriptivă, argumentativă, persuasivă) și principii de retorică pentru a adapta mesajul la scopul comunicării.
- Evaluează critic informațiile și sursele, distingând între cele autentice, nerelevante sau fabricate, inclusiv cele generate de AI.
- Selectează și utilizează corect un sistem de citare (APA, Harvard etc.), corectând erorile de citare, inclusiv în textele generate de AI.
- Utilizează aplicații informatice (Zotero, Mendeley, editoare de text) și integrează responsabil AI în procesul de redactare, păstrând controlul asupra conținutului.
- Compară și integrează metode de cercetare cantitativă și calitativă în realizarea unor texte academice.

Responsabilitate și autonomie

- Demonstrează gândire critică și capacitatea de construcție a cunoașterii prin redactare.
- Acționează cu integritate și responsabilitate, respectând standardele de etică și evitând fraudele intelectuale (plagiat, fabricare, contrafacere, utilizarea necritică a AI).
- Colaborează eficient în echipe de lucru academice sau profesionale, comunicând clar și respectând diversitatea și principiile de nediscriminare.
- Autoevaluează progresul de învățare și proiectează obiective profesionale de dezvoltare pe termen mediu și lung.

8. Conținuturi

8.1. Curs

	Metode de predare	Observații
Cursul 1. Introducere	Prelegere, discuții	NA
Cursul 2. Identificarea surselor academice	Prelegere, discuții	NA
Cursul 3. Bibliografie și folosirea surselor	Prelegere, discuții	NA
Cursul 4. Etică în comunicare.	Prelegere, discuții	NA
Cursul 5. Evitarea plagiatului	Prelegere, discuții	NA
Cursul 6. Planificarea unei lucrări	Prelegere, discuții	NA
Cursul 7. Sinteză și parafrază	Prelegere, discuții	NA
Cursul 8. Prompt engineering ca nouă competență academică.	Prelegere, discuții	NA
Cursul 9. Noțiuni de stil academic	Prelegere, discuții	NA
Cursul 10. Funcțiile introducerii într-un text academic	Prelegere, discuții	NA
Cursul 11. Secțiuni metodologice.	Prelegere, discuții	NA
Cursul 12. Secțiuni de prezentare a rezultatelor	Prelegere, discuții	NA
Cursul 13. Secțiuni de interpretare a rezultatelor	Prelegere, discuții	NA
Cursul 14. Recenzii de carte și recapitulare	Prelegere, discuții	NA



Bibliografie:

- Graff, G., & Birkenstein, C. (2014). *Manual pentru scrierea academică: Ei spun / Eu spun*. București: Editura Universității din București. (se va regăsi în Google Classroom).
- Nedelea, P. (n.d.). *Curs de scriere academică*. Retrieved from https://www.researchgate.net/profile/Patricia-Nedelea/publication/381541579_Patricia_Nedelea_CURS_DE_SCRIERE_ACADEMICA/links/6672f5711dec0c3c6f91de8b/Patricia-Nedelea-CURS-DE-SCRIERE-ACADEMICA.pdf
- Pinker, S. (2014). *The sense of style: The thinking person's guide to writing in the 21st century*. Penguin Press ([The Sense of Style: The Thinking Person's Guide to Writing in the 21st Century](#)).

8.2. Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
Seminarul 1. Seminar introductiv. Prezentarea tematicii și a modalității de evaluare. Principii generale în redactarea academică în era inteligenței artificiale. Surse academice. Strategii de documentare.	Aplicații practice, discuții	NA
Seminarul 2. Realizarea aparatului bibliografic. Stiluri de citare: stilul APA. Managementul computerizat al bibliografiilor: programul Zotero. Poate AI oferi suport în realizarea aparatului bibliografic?	Aplicații practice, discuții	NA
Seminarul 3. Managementul vocilor în textul academic – citarea și parafraza. Frauda intelectuală. Despre plagiat și riscurile aduse de utilizarea AI.	Aplicații practice, discuții	NA
Seminarul 4. Tipuri de texte academice. Instrumente în scrierea academică. Folosirea AI în redactarea academică.	Aplicații practice, discuții	NA
Seminarul 5. Redactarea unei lucrări de cercetare (I). Structură. Temă și titlu. Discutarea literaturii științifice. Cum poate AI să joace rolul de asistent de scriere? Limite și aspecte etice.	Aplicații practice, discuții	NA
Seminarul 6. Redactarea unei lucrări de cercetare (II). Discutarea metodei și a datelor empirice. Concluzii.	Studii de caz	NA
Seminarul 7. Recapitulare. Discutarea lucrărilor de echipă. Prompt engineering: principii de formulare a prompturilor. Evaluarea critică a outputului AI.	Susțineri de prezentări.	NA

Bibliografie:

Seminarul 1

Green, S. & Lidinsky, A. (2015). *From Inquiry to Academic Writing. A Practical Guide* (third edition). New York: Bedford/St. Martin's. Pp. 129-150.

Bailey, S. (2011). *Academic Writing: A Handbook for International Students* (third edition). New York: Routledge. Pp. 11 – 29.

Eco, U. (2000). *Cum se face o teză de licență*. Constanța: Pontica. Pp. 55 – 64.

Taylor, G. (2012). *Tehnici de scriere pentru studenți*. București: comunicare.ro. Pp. 70 - 109.

Seminarul 2

American Psychological Association. (2010). *Publication Manual of the American Psychological Association* (sixth edition). Washington, D.C.: American Psychological Association. Capitolele 6 și 7.

Bailey, S. (2011). *Academic Writing: A Handbook for International Students* (third edition). New York: Routledge. Pp. 62 – 71.



Chelcea, S. (2011). *Manual de redactare în științele socioumane*. București: comunicare.ro. Pp. 39 – 45.

Eco, U. (2000). *Cum se face o teză de licență*. Constanța: Pontica. Pp. 168 – 181.

*** Zotero Documentation - <https://www.zotero.org/support/>

Seminarul 3

Bailey, S. (2011). *Academic Writing: A Handbook for International Students* (third edition). New York: Routledge. Pp. 43 – 49.

Chelcea, S. (2011). *Manual de redactare în științele socioumane*. București: comunicare.ro. Pp. 39 – 49.

Eco, U. (2000). *Cum se face o teză de licență*. Constanța: Pontica. Pp. 125 – 133, 141 - 153.

Oakhill, J., Cain, K., & Elbro, C. (2014). *Understanding and Teaching Reading Comprehension: A handbook*. New York: Routledge. Pp. 67 – 93.

Pecorari, D. (2013). *Teaching to avoid plagiarism: How to promote good source use*. McGraw-Hill Education (UK). Pp. 7 – 26.

Seminarul 4

Bailey, S. (2011). *Academic Writing: A Handbook for International Students* (third edition). New York: Routledge. Pp. 150 – 157.

Chelcea, S. (2011). *Manual de redactare în științele socioumane*. București: comunicare.ro. Pp. 53 – 66, 149 – 171.

Sword, H. (2012). *Stylish academic writing*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press. Pp. 48 – 62.

Ghid de exprimare corectă: http://dexonline.ro/articol/Ghid_de_exprimare_corect%C4%83

Khalifa, M., & Albadawy, M. (2024). Using artificial intelligence in academic writing and research: An essential productivity tool. *Computer Methods and Programs in Biomedicine Update*, 100145.

Mahapatra, S. (2024). Impact of ChatGPT on ESL students' academic writing skills: a mixed methods intervention study. *Smart Learning Environments*, 11(1), 9.

Seminarul 5

Green, S. & Lidinsky, A. (2015). *From Inquiry to Academic Writing. A Practical Guide* (third edition). New York: Bedford/St. Martin's. Pp. 106-128.

Eco, U. (2000). *Cum se face o teză de licență*. Constanța: Pontica. Pp. 159 – 168.

Savage, A., & Shafiei, M. (2007). *Effective academic writing: the paragraph*. Oxford: Oxford University Press. Pp. 5 – 11.

Bailey, S. (2011). *Academic Writing: A Handbook for International Students* (third edition). New York: Routledge. Pp. 77 – 89.

Hayot, E. (2014). *The Elements of Academic Style: Writing for the Humanities*. New York: Columbia University Press. Pp. 102 – 115.

Zemach, D. E., & Rumisek, L. A. (2006). *Academic Writing from Paragraph to Essay*. London: Macmillan. Pp. 11 – 55.

Seminarul 6

Green, S. & Lidinsky, A. (2015). *From Inquiry to Academic Writing. A Practical Guide* (third edition). New York: Bedford/St. Martin's. Pp. 55-79.

Bailey, S. (2011). *Academic Writing: A Handbook for International Students* (third edition). New York: Routledge. Pp. 40 – 42, 101 – 149.

Coffin, C., Curry, M. J., Goodman, S., Hewings, A., Lillis, T., & Swann, J. (2003). *Teaching Academic Writing: A Toolkit for Higher Education*. New York: Routledge. Pp. 57 – 66.

Graff, G., & Birkenstein, C. (2014). *They say, I say. The moves that matter in academic writing* (third edition). New York: Norton. Capitolul 17.

Taylor, G. (2012). *Tehnici de scriere pentru studenți*. București: comunicare.ro. Pp. 231 – 245.



Zemach, D. E., & Rumisek, L. A. (2006). *Academic Writing from Paragraph to Essay*. London: Macmillan. Pp. 63-70.

Seminarul 7

Bibliografia relevantă este cea de la seminarele 5 și 6.

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

Conținutul cursului include cunoștințe fundamentate pe manuale și materiale academice recunoscute internațional, aliniate la bunele practici de redactare științifică și profesională (APA, Harvard, ghiduri editoriale internaționale). Disciplina abordează probleme actuale ale comunității epistemice, precum integritatea academică, utilizarea responsabilă a inteligenței artificiale și evaluarea critică a surselor, în concordanță cu preocupările curente din domeniul științelor sociale și ale organizațiilor profesionale. Totodată, cursul răspunde așteptărilor angajatorilor din domeniile comunicării, relațiilor publice, jurnalismului și publicității, prin formarea unor competențe esențiale de redactare clară, coerentă și etică, precum și de utilizare critică a instrumentelor digitale. Experiența cadrului didactic în aplicarea tehnicilor de redactare academică și profesională, precum și în integrarea instrumentelor AI în procesul educațional și de cercetare, asigură relevanța și aplicabilitatea conținutului disciplinei în raport cu standardele academice și cerințele pieței muncii.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4. Curs	Abilitatea de a aplica cunoștințele acumulate.	Examen	50%
10.5 Seminar	Îndeplinirea cerințelor, în conformitate cu syllabus.	Test intermediar	40%
		Activitate la seminar	10%
10.6 Standard minim de performanță:			
Obținerea notei 5 la examenul final.			

Data completării
1.10.2025

Semnătura titularului de curs
Lector univ. dr. Florența Toader

Semnătura titularului de seminar
Lector univ. dr. Florența Toader

Aviz Consiliul Departamentului de Comunicare
Conf. univ. dr. Loredana Vladu

Decan FCRP
Prof. univ. dr. Alina Bârgăoanu



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program	
1.1 Instituția de învățământ superior	SNSPA
1.2 Facultatea / Departamentul	Comunicare și Relații Publice
1.3 Departamentul	Comunicare
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	Comunicare și Relații Publice

2. Date despre disciplină							
2.1 Denumirea disciplinei	Imagini și simboluri în comunicare						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Corina Buzoianu						
2.3 Titularul activităților de seminar	Asist. univ. dr. Roberta Răducu						
2.4 Anul de studiu	1	2.5 Semestrul	2	2.6 Tipul de evaluare	Examen	2.7 Regimul disciplinei	DS

3. Timpul total estimat (ore pe semestru pentru activitățile didactice)							
3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar	1	3.4 laborator/activități practice	1
3.5 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.6 curs	28	3.7 seminar	14	3.8 laborator/activități practice	14
Distribuția fondului de timp							Ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe							7
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren							7
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri							40
Tutoriat							3
Pregătire examinări							9
Alte activități							3
3.7 Total ore studiu individual	69						
3.8 Total ore din planul de învățământ	56						
3.9 Total ore pe semestru	125						
3. 10 Numărul de credite	5						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)	
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	● Sala de curs cu videoproiector
5.2. de desfășurare a seminarului	● Sală de seminar cu videoproiector potrivită lucrului în echipă

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	La finalul disciplinei, studentul va fi capabil să: ● Explice procesele de formare a imaginii și a reprezentărilor, prin raportare la mecanismele psihologice ale percepției, interpretării și construcției de sens în comunicare ● Analizeze rolul arhetipurilor, miturilor și simbolurilor în construirea imaginii de brand și în configurarea mesajelor de comunicare. ● Evalueze relevanța contextului și a publicului țintă în definirea strategiilor de comunicare și a soluțiilor simbolice propuse. ● Deconstruiască și interpreteze critic campanii de comunicare, identificând elementele simbolice, poziționarea brandului și coerența dintre identitate și mesaj. ● Identifice problemele de poziționare a unui brand ● Operaționalizeze concepte precum insight, concept creativ, headline, public țintă, arhetip, simbol, livrabil în vederea rezolvării unui brief de creație ● Proiecteze o propunere de campanie de comunicare și un mecanism de campanie, incluzând un element simbolic nou integrat coerent în identitatea unui brand. ● Argumenteze deciziile strategice și creative, demonstrând capacitatea de gândire critică și aplicare practică a cunoștințelor dobândite. ● Aplice principiile etice ale comunicării simbolice, manifestând responsabilitate profesională în utilizarea arhetipurilor și reprezentărilor culturale.
Competențe transversale	● Aplice gândirea critică în analiza mesajelor de comunicare, argumentând interpretări și decizii pe baza conceptelor teoretice și a datelor obținute prin cercetare de bază. ● Comunice clar și coerent idei și soluții, atât în formă scrisă, cât și orală, utilizând terminologia specifică domeniului comunicării și relațiilor publice. ● Lucreze eficient în echipă, asumând roluri și responsabilități în realizarea proiectelor de grup și contribuind la atingerea obiectivelor comune. ● Manifeste responsabilitate etică și profesională, în utilizarea simbolurilor, arhetipurilor și reprezentărilor culturale, respectând diversitatea și evitând stereotipurile.

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

7.1 Obiectiv general	Disciplina are ca obiectiv general formarea capacității studenților de a înțelege, analiza și aplica mecanismele de formare a imaginii și a reprezentărilor simbolice în comunicare în vederea conceperii unor soluții de comunicare coerente, etice și relevante pentru identitatea unui brand și a publicului său țintă.
7.2 Obiective specifice	● Explice procesele implicate în formarea imaginii, utilizând concepte specifice domeniului ● Analizeze și deconstruiască campanii de comunicare, identificând rolul simbolurilor, arhetipurilor și al mecanismelor narative în poziționarea brandurilor. ● Aplice conceptele teoretice dobândite în rezolvarea unui brief de creație, prin formularea de insight-uri, concepte creative și propuneri de campanie care integrează elemente în identitatea unui brand. ● Argumenteze soluții strategice și creative, demonstrând gândire critică, coerență conceptuală și respectarea principiilor etice ale comunicării.



7.3. Rezultatele învățării

CUNOȘTIȘTE

- Identifică componentele semiotice și mesajele multimodale (text, imagine, sunet, video) utilizate în comunicarea din social media și din mass media a unui brand.
- Identifică și analizează valori, mesaje legate de promisiunea brandului și misiunea, valorile și viziunea unui brand prezente în produsele media și în discursul public.
- Distinge categoriile relevante de public și audiență, inclusiv publicuri media și audiențe specifice canalelor tehnologice, și recunoaște criterii de segmentare și comportamente de consum media.
- Identifică și explică factori care influențează receptarea mesajelor (valori, interese ale publicului, procese psihologice, conformism, contexte sociale și culturale).

ABILITĂȚI

- Analizeze caracteristicile, nevoile, valorile și așteptările publicului țintă, utilizând criterii socio-demografice, culturale și comportamentale, în scopul formulării de insight-uri relevante pentru construcția imaginii și a reprezentărilor simbolice.
- Elaboreze și adapteze mesaje de comunicare, integrând simboluri, structuri narative și elemente arhetipale, în funcție de public, context, obiective și canalele de comunicare.
- Redacteze, editeze și revizuiască mesaje de comunicare, cu accent pe coerența simbolică a conținutului (headline, copy, mesaje-cheie), utilizând un limbaj adecvat și corect.
- Conceapă propuneri de conținut multimodal (text, imagine, elemente vizuale și simbolice), ca parte a unei campanii de comunicare, urmărind integrarea coerentă a unui nou element simbolic în identitatea brandului.
- Analizeze și interpreteze semne, sensuri și semnificații din mesaje și campanii de comunicare
- Utilizeze instrumente și platforme digitale pentru documentare, colaborare și prezentarea soluțiilor de comunicare, în cadrul activităților de analiză, creație și proiect de campanie.

RESPONSABILITATE ȘI AUTONOMIE

- Prezintă și susține în mod obiectiv și responsabil rezultatele analizelor și propunerilor de comunicare, interpretările și concluziile formulate, adaptând limbajul, structura și formatul prezentării în funcție de publicul specializat sau nespecializat.
- Argumenteze decizii strategice și creative (insight-uri, concepte, elemente simbolice, mecanism de campanie), demonstrând asumarea responsabilității profesionale pentru soluțiile propuse.
- Lucreze autonom sau în echipă, asumând roluri și responsabilități specifice în cadrul proiectului, respectând termenele, obiectivele și cerințele brief-ului.
- Manifeste autonomie intelectuală și etică profesională, prin utilizarea responsabilă a simbolurilor, arhetipurilor și reprezentărilor culturale în comunicare.

8. Conținuturi



8.1. Curs	Metode de predare	Observații
Cursul 1. Noțiuni introductive despre studiul imaginii	Prelegere, discuții, dezbateri	
Cursul 2. Identitate și imagine	Prelegere, discuții, dezbateri	
Cursul 3. Arhetipul (1)	Prelegere, discuții, dezbateri	
Cursul 4. Cele 12 arhetipuri	Prelegere, discuții, dezbateri	
Cursul 5. Mitul	Prelegere, discuții, dezbateri	
Cursul 6. Simbolul (1)	Prelegere, discuții, dezbateri	
Cursul 7. Simbolul (2)	Prelegere, discuții, dezbateri	
Cursul 8. Reprezentarea	Prelegere, discuții, dezbateri	
Cursul 9. Imaginea vizuală	Prelegere, discuții, dezbateri	
Cursul 10. Imaginea în mediul online	Prelegere, discuții, dezbateri	
Cursul 11. Brieful de creație	Prelegere, discuții, dezbateri	
Cursul 12. Rezolvarea briefului (1)	Exerciții, prezentări	
Cursul 13. Rezolvarea briefului (2)	Exerciții, prezentări	
Cursul 14. Recapitulare	Discuții, dezbateri	
Bibliografie: ● CASSIRER, Ernst, Eseu despre om. O introducere în filosofia culturii umane, București, Editura Humanitas, 1994. ● MARK, Margaret, PEARSON, Carol, The Hero and the Outlaw: Building Extraordinary Brands Through the Power of Archetypes, 2012, McGraw Hill. ● OLINS, Wally, Despre brand, București, Editura Comunicare.ro, 2006.		

8.2. Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
Seminarul 1. Aspecte introductive despre studiul imaginii	Exerciții și studii de caz	
Seminarul 2. Imaginea ca procesare mentală a realității	Exerciții și studii de caz	
Seminarul 3. Arhetipul	Exerciții și studii de caz	
Seminarul 4. Simbolul	Exerciții și studii de caz	
Seminarul 5. Imaginea vizuală	Exerciții și studii de caz	
Seminarul 6. Imagine și identitate în construcția brandurilor	Exerciții și studii de caz	
Seminarul 7. Imaginea online	Exerciții și studii de caz	
Bibliografie:		



- CASSIRER, Ernst, *Eseu despre om. O introducere în filosofia culturii umane*, București, Editura Humanitas, 1994.
- MARK, Margaret, PEARSON, Carol, *The Hero and the Outlaw: Building Extraordinary Brands Through the Power of Archetypes*, 2012, McGraw Hill.
- OLINS, Wally, *Despre brand*, București, Editura Comunicare.ro, 2006.

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

Cursul și seminarul sunt elaborate pe baza unor materiale cu caracter științific și recunoscute internațional. Modalitatea de lucru și conceptele discutate și utilizate la curs și seminar se înscriu în preocupările actuale în domeniul comunicării și relațiilor publice din piața muncii.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4. Curs	Răspunsuri corecte și complete, conform cerințelor	Examen	50%
10.5 Seminar	Participare activă la cursuri și seminarii, implicarea în exerciții, în studiile de caz prezentate și în echipe pentru rezolvarea briefului	Max 3p. (0.5p per curs/seminar) 1p. - prezentarea briefului conform planificării 6p. – rezolvarea în echipă a briefului conform cerințelor	50%

10.6 Standard minim de performanță:

Pentru a putea intra în examen, studenții trebuie:

- Să aibă minimum 4 prezențe la seminar.
- Să obțină minim nota 5 la seminar
- Să participe în echipă – înscrisă înainte de deadline conform syllabus – la rezolvarea briefului

Pentru a promova, studentul trebuie:

- Să îndeplinească criteriile din timpul semestrului
- Să obțină minim nota 5.00 la examen
- Să obțină minim nota 5.00 la nota finală

Data completării

1.10.2025

Titular curs

Conf. univ. dr. Corina Buzoianu

Titular seminar

Asist. univ. dr. Roberta Răducu

Aviz Consiliul Departamentului de Comunicare

Conf. univ. dr. Loredana Vladu

Decan FCRP

Prof. univ. dr. Alina Bargaoanu



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program	
1.1 Instituția de învățământ superior	SNSPA
1.2 Facultatea / Departamentul	Comunicare și Relații Publice
1.3 Departamentul	Comunicare
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	Comunicare și Relații Publice

2. Date despre disciplină							
2.1 Denumirea disciplinei	Informatică. Instrumente digitale I						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Găitănanu Andrei						
2.3 Titularul activităților de seminar	Conf. univ. dr. Găitănanu Andrei						
2.4 Anul de studiu	1	2.5 Semestrul	1	2.6 Tipul de evaluare	Verificare	2.7 Regimul disciplinei	DS

3. Timpul total estimat (ore pe semestru pentru activitățile didactice)							
3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care:	1	3.3 seminar	1	3.4 laborator/activități practice	2
3.5 Total ore din planul de învățământ	56	din care:	14	3.7 seminar	14	3.8 laborator/activități practice	28
Distribuția fondului de timp							Ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe							30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren							10
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri							30
Tutoriat							10
Pregătire examinări							4
Alte activități.....							10
3.7 Total ore studiu individual	94						
3.8 Total ore din planul de învățământ	56						
3.9 Total ore pe semestru	150						
3. 10 Numărul de credite	6						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)	
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	● Sala de curs, tip laborator informatic cu laptop-uri, videoproiector.



5.2. de desfășurare a seminarului	Sala de curs, tip laborator informatic cu laptop-uri, videoproiector.
-----------------------------------	---

6. Competențele specifice acumulate

C o m p e t e n ț e p r o f e s i o n a l e	1. Cunoaștere și înțelegere - Poate să dobândească cunoștințe teoretico-metodologice și să-și dezvolte abilități practice necesare în domeniul utilizării eficiente a tehnologiei de calcul (arhitectura sisteme de calcul) și a produselor informatice de bază (sisteme de operare). - Poate să-și însușească cunoștințele teoretico-metodologice în sistem de instruire asistată de calculator. - Poate realiza instruirea teoretică și practică în modul de lucru interactiv și gradual pe nivele de însușire individuală accesibilă. 2. Explicare și interpretare - Își poate dezvolta abilități practice utile lucrului cu sistemele de operare Microsoft Windows și cu aplicația de editare text MS-Word. - Poate realiza aplicații practice (<i>circa 75% din structura și durata cursului</i>) specifice activităților bazate pe folosirea tehnicii de calcul. 3. Instrumental – aplicativ - Poate utiliza suportul logistic multimedia pentru învățarea produsele informatice specializate: Windows, MS-Word. - Poate utiliza, pentru rezolvarea problemelor, unul sau mai multe produse informatice specializate folosind proceduri pentru interfața dinamică a datelor între componentele sistemului de operare și componentele pachetului de aplicații MS-Office. - Poate avea acces la bazele de teste pentru autoevaluarea cunoștințelor dobândite. 4. Atitudinale - Însușirea codului deontologic al cercetării desfășurate în spațiul organizațional. - Insuflarea atitudinii nediscriminatorii și detașate în relație cu obiectul cercetării.
C o m p e t e n ț e p r o f e s i o n a l e	Prin participarea la cursurile acestei materii, studenții vor dobândi următoarele cunoștințe și abilități specifice: - deprinderea lucrului în echipă - rezolvarea lucrărilor de laborator în vederea perfecționării deprinderilor de utilizare a instrumentelor puse la dispoziție de pachetul de aplicații MS Office.



7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)	
7.1 Obiectiv general	Cursul își propune să ofere noțiunile de bază privind cunoașterea și utilizarea calculatoarelor personale, deschizând "o poartă" către posibilele utilizări ale acestuia în procesul comunicării intra și interorganizaționale, precum și în relațiile publice. Asimilarea conceptelor informatice, a structurii sistemelor de calcul și a sistemelor de operare folosite de calculatoarele de tip PC în sensul folosirii corecte a terminologiei informatice. Crearea deprinderilor necesare utilizării corecte și la nivelul tehnologiilor curente a sistemelor de calcul și de operare.
7.2 Obiective specifice	• Transmiterea cunoștințelor și formarea deprinderilor corecte în utilizarea unei aplicații de procesare de text. • Înțelegerea operațiilor de bază asociate cu crearea, formatarea și finalizarea unui document gata pentru a fi distribuit. • Crearea abilităților în utilizarea aplicației: crearea tabelelor standard, folosirea imaginilor într-un document, importarea obiectelor și folosirea opțiunilor pentru scrisori, poștă electronică etc
7.3 Rezultatele Învățării	CUNOȘTINȚE La finalul disciplinei, studentul va fi capabil să: • definească și să utilizeze corect terminologia specifică domeniului informatic (hardware, software, IT, fișiere, directoare, rețele, sisteme de operare); • descrie arhitectura sistemelor de calcul și rolul principalelor componente hardware; • explice funcțiile de bază ale sistemelor de operare și modul de funcționare al sistemului de operare Windows; • explice principiile de organizare și administrare a datelor în mediul de lucru al calculatorului personal; • descrie funcționalitățile aplicațiilor informatice de bază din pachetul MS Office, în special MS Word; • cunoască regulile de bază pentru redactarea și structurarea documentelor informatice în conformitate cu cerințele academice. APTITUDINI La finalul disciplinei, studentul va fi capabil să: • utilizeze corect și eficient sistemul de operare Windows pentru gestionarea fișierelor și directoarelor; • aplice funcțiile de bază și avansate ale aplicației MS Word pentru redactarea documentelor profesionale; • creeze și să formateze documente text utilizând stiluri, tabele, imagini, grafice, antet/subsol, secțiuni și numerotări complexe; • utilizeze instrumente informatice pentru realizarea și prezentarea lucrărilor practice și a proiectelor de grup; • rezolve sarcini practice specifice activităților de laborator folosind tehnologia informației; • folosească instrumente de testare și autoevaluare pentru verificarea nivelului de însușire a cunoștințelor. RESPONSABILITATE ȘI AUTONOMIE La finalul disciplinei, studentul va fi capabil să: • își organizeze activitatea individuală și în echipă în vederea realizării sarcinilor didactice;



- manifeste o atitudine responsabilă față de utilizarea echipamentelor și resurselor informatice;
- respecte normele de etică academică și deontologie profesională;
- adopte un comportament nediscriminatoriu și colaborativ în cadrul activităților de grup;
- își evalueze critic propriul nivel de pregătire și să identifice direcții de dezvoltare profesională;
- manifeste autonomie în utilizarea aplicațiilor informatice pentru rezolvarea sarcinilor curente.

8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Observații
Prezentarea obiectivelor cursului, a formelor de desfășurare, modalităților de evaluare pe parcurs și a celei finale; Noțiuni generale – concepte informatice, istoric al prelucrării datelor Delimitări conceptuale. Înțelegerea conceptelor de bază de hardware, software și IT Cunoașterea unităților de măsura folosite pentru memorie: bit, byte, KB, MB, GB etc. Legătura dintre măsurarea memoriei folosite de computer și pentru caractere, câmpuri, înregistrări, fișiere și directoare.	Se desfășoară în mod interactiv, în sistem instruire asistată de calculator folosind rețeaua de calculatoare și logistica aferentă regimului de lucru multimedia.	NA
Arhitectura sistemelor de calcul. Descrierea elementelor componente și a modului de interacțiune al acestora. Înțelegerea și diferențierea între diferitele tipuri de calculatoare: server, microcomputer, rețea de calculatoare, computer personal și laptop în funcție de capacitate, viteză, cost, utilizatori tipici.	Se desfășoară în mod interactiv, în sistem instruire asistată de calculator folosind rețeaua de calculatoare și logistica aferentă regimului de lucru multimedia.	NA
Sisteme de operare. Descrierea funcțiilor de bază ale acestora. Sistemul de operare Windows. Descrierea modului de funcționare. Cunoașterea rețelelor de domenii locale (LAN) și a rețelelor de domenii generale (WAN). Cunoașterea avantajelor lucrului în rețea și partajarea resurselor unei rețele.	Se desfășoară în mod interactiv, în sistem instruire asistată de calculator folosind rețeaua de calculatoare și logistica aferentă regimului de lucru multimedia.	NA
Asimilarea noțiunilor importante în utilizarea funcțiilor de bază ale computerului personal și sistemul său de operare. Înțelegerea modului de organizare al fișierelor și directoarelor, modului în care acestea se pot copia, muta sau șterge. Crearea deprinderilor de a lucra cu pictogramele de pe desktop și de a manipula ferestrele și de utilizare a opțiunilor de căutare, instrumentele simple de editare și imprimat disponibile prin sistemul de operare. Personalizarea sistemului de operare Windows și optimizarea funcțiilor și resurselor acestuia.	Se desfășoară în mod interactiv, în sistem instruire asistată de calculator folosind rețeaua de calculatoare și logistica aferentă regimului de lucru multimedia.	NA
Activități de evaluare pe parcurs. Prezentarea de proiecte de grup (de tip referat). Procesare de text. Prezentarea pachetului de aplicații MS Office. Descrierea generală a aplicației MS Word. Descrierea ferestrelor specifice.	Se desfășoară în mod interactiv, în sistem instruire asistată de calculator folosind rețeaua de calculatoare și logistica	NA



Prezentarea tipurilor de șabloane oferite de aplicație în vederea realizării unor documente profesionale și standardizate. Pregătirea mediului de lucru și personalizarea acestuia (setarea tipului de pagină și a imprimantei implicite, setarea mediului de lucru pentru diferite opțiuni regionale, adăugarea de instrumente de lucru etc.). Descrierea opțiunilor Options... și Customize.... Salvarea fișierelor în diferite forme și formate în vederea exportului și transmiterii acestora către diferiți utilizatori (cu alte sisteme de operare și alte versiuni ale aplicațiilor).	aferentă regimului de lucru multimedia.	
Descrierea principiilor și modalităților de redactare a textului. Descrierea funcțiilor de vizualizare a fișierelor. Descrierea funcțiilor de căutare și înlocuire din cadrul textului. Folosirea opțiunilor de realizarea a antetului și subsolului în documente. Folosirea funcțiilor avansate de copiere și mutare. Descrierea modalităților de formatare a textului și a paragrafelor.	Se desfășoară în mod interactiv, în sistem instruire asistată de calculator folosind rețeaua de calculatoare și logistica aferentă regimului de lucru multimedia.	NA
Inserarea obiectelor în cadrul documentelor (fișiere, imagini, clipart, text, grafice, obiecte și legături). Descrierea modului de administrare a obiectelor inserate. Formatarea imaginilor inserate. Generarea de grafice cu ajutorul funcției specifice Excel și descrierea modului de folosire a diferitelor tipuri și modului în care acestea pot fi folosite.	Se desfășoară în mod interactiv, în sistem instruire asistată de calculator folosind rețeaua de calculatoare și logistica aferentă regimului de lucru multimedia.	NA
Inserarea câmpurilor, simbolurilor, caracterelor speciale. Inserarea numerotării paginilor în format complex. Inserarea datei și orei. Folosirea funcțiilor AutoText și Reference (note explicative în formatele acceptate și corelate cu normele academice de redactare a lucrărilor, etichetelor, indexului, tabelelor de conținut, tabelelor de figuri și a celor de autori).	Se desfășoară în mod interactiv, în sistem instruire asistată de calculator folosind rețeaua de calculatoare și logistica aferentă regimului de lucru multimedia.	NA
Formatarea complexă a textului prin folosirea funcțiilor: Bullets and Numbering, Borders and Shading, Drop Cap, Change Case. Folosirea funcțiilor de Spelling, Word Count.	Se desfășoară în mod interactiv, în sistem instruire asistată de calculator folosind rețeaua de calculatoare și logistica aferentă regimului de lucru multimedia.	NA
Realizarea tabelelor și prezentarea modului de formatare a acestora. Folosirea instrumentelor specifice opțiunii Drawing (forme, linii, săgeți, WordArt, Text Box, formatare de culoare text, paragraf și obiecte etc.).	Se desfășoară în mod interactiv, în sistem instruire asistată de calculator folosind rețeaua de calculatoare și logistica aferentă regimului de lucru multimedia.	NA
Folosirea instrumentelor de redactare complexă prin lucrul pe secțiuni, formate diferite de pagină, secțiuni cu denumiri diferite, modalități de numerotare a paginilor, notelor explicative etc.).	Se desfășoară în mod interactiv, în sistem instruire asistată de calculator folosind rețeaua de calculatoare și logistica aferentă regimului de lucru multimedia.	NA



Lucrare de laborator - redactarea unui document complex folosind toate opțiunile prezentate pe durata cursului. Prezentarea modului de evaluare prin intermediul aplicației de testare.	Se desfășoară în mod interactiv, în sistem instruire asistată de calculator folosind rețeaua de calculatoare și logistica aferentă regimului de lucru multimedia.	NA
Prezentarea principalelor aspecte nerezolvate sau rezolvate greșit pe timpul lucrării de laborator. Trecerea în revistă a modului de rezolvare și materializare a unor aspecte care nu au fost suficient însușite sau care nu au fost prezentate.	Se desfășoară în mod interactiv, în sistem instruire asistată de calculator folosind rețeaua de calculatoare și logistica aferentă regimului de lucru multimedia.	NA
Bibliografie: ● Găitănanu Andrei. <i>Microcalculatorul - mediu și canal de comunicare</i>, București, Editura Comunicare.ro ● Nick Vandome, <i>Windows 10 in easy steps</i>, Editura: In Easy Steps, , 2020 ● Joan Lambert, <i>Windows 10 Step by Step</i>, Editura: Microsoft Press, 2019 ● Joan Lambert, <i>Microsoft Office Step by Step (Office 2021 and Microsoft 365)</i>, Editura: Microsoft Press, 2022 ● Helen Brooks, <i>Word 2023: A Step-by-Step Concise Practical Guide to Master Microsoft Word 2023</i>, Editura: INDEPENDENTLY PUBLISHED, 2022 ● Exploring Windows 11: The Illustrated, Practical Guide to Using Microsoft Windows ● https://www.google.ro/books/edition/Exploring_Windows_11_2023_Edition/1iD3EAAQBAJ?hl=ro&bpv=1&dq=windows+11&printsec=frontcover		

8.2. Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
Delimitări conceptuale. Înțelegerea conceptelor de baza de hardware, software si IT Înțelegerea și diferențierea între diferitele tipuri de calculatoare: server, microcomputer, rețea de calculatoare, computer personal și laptop în funcție de capacitate, viteză, cost, utilizatori tipici.	Se desfășoară în mod interactiv, în sistem instruire asistată de calculator folosind rețeaua de calculatoare și logistica aferentă regimului de lucru multimedia.	NA
Sisteme de operare. Utilizarea funcțiilor de bază ale acestora Utilizarea funcțiilor de bază ale computerului personal și sistemului sau de operare. Personalizarea sistemului de operare Windows și optimizarea funcțiilor și resurselor acestuia	Se desfășoară în mod interactiv, în sistem instruire asistată de calculator folosind rețeaua de calculatoare și logistica aferentă regimului de lucru multimedia.	NA
Procesare de text	Se desfășoară în mod interactiv, în sistem instruire asistată de calculator folosind rețeaua de calculatoare și logistica aferentă regimului de lucru multimedia.	NA
Procesare de text	Se desfășoară în mod interactiv, în sistem instruire asistată de calculator folosind rețeaua de calculatoare și logistica aferentă regimului de lucru multimedia.	NA
Procesare de text	Se desfășoară în mod interactiv, în sistem instruire asistată de	NA



	calculator folosind rețeaua de calculatoare și logistica aferentă regimului de lucru multimedia.	
Utilizarea MS PowerPoint	Se desfășoară în mod interactiv, în sistem instruire asistată de calculator folosind rețeaua de calculatoare și logistica aferentă regimului de lucru multimedia.	NA
Utilizarea MS Excel în generarea graficelor	Se desfășoară în mod interactiv, în sistem instruire asistată de calculator folosind rețeaua de calculatoare și logistica aferentă regimului de lucru multimedia.	NA

Bibliografie:

- Găitănanu Andrei. *Microcalculatorul - mediu și canal de comunicare*, București, Editura Comunicare.ro
- Nick Vandome, *Windows 10 in easy steps*, [Editura: In Easy Steps](#), , 2020
- Joan Lambert, *Windows 10 Step by Step*, [Editura: Microsoft Press](#), 2019
- Joan Lambert, *Microsoft Office Step by Step (Office 2021 and Microsoft 365)*, [Editura: Microsoft Press](#), 2022
- Helen Brooks, *Word 2023: A Step-by-Step Concise Practical Guide to Master Microsoft Word 2023*, [Editura: INDEPENDENTLY PUBLISHED](#), 2022
- Exploring Windows 11: The Illustrated, Practical Guide to Using Microsoft Windows

https://www.google.ro/books/edition/Exploring_Windows_11_2023_Edition/1iD3EAAAQBAJ?hl=ro&gbpv=1&dq=windows+11&printsec=frontcover

Pe timpul desfășurării cursurilor și seminarelor vor fi recomandate și alte lucrări de specialitate, ca bibliografie orientativă, reprezentate în special din articole și alte materiale publicate în reviste de specialitate sau volume de conferințe.

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

Conținuturile disciplinei sunt corelate cu cerințele actuale ale domeniului tehnologiei informației și cu așteptările mediului academic și profesional, vizând formarea competențelor de bază necesare utilizării eficiente a sistemelor de calcul și a aplicațiilor informatice uzuale.

Disciplina asigură dobândirea cunoștințelor fundamentale privind arhitectura sistemelor de calcul, sistemele de operare și utilizarea aplicațiilor informatice de birou, competențe solicitate în mod constant de angajatori indiferent de domeniul de activitate, în contextul digitalizării proceselor organizaționale.

Structura conținuturilor este aliniată recomandărilor comunității epistemice din domeniul informaticii aplicate și educației digitale, punând accent pe formarea deprinderilor practice, pe utilizarea tehnologiei informației în activități curente și pe dezvoltarea autonomiei în rezolvarea sarcinilor profesionale.

Prin ponderea ridicată a activităților practice și prin utilizarea instruirii asistate de calculator, disciplina răspunde cerințelor asociațiilor profesionale și ale angajatorilor privind competențele digitale de bază: operarea sistemelor de calcul, redactarea documentelor profesionale, gestionarea informației și lucrul în echipă.

Conținuturile disciplinei contribuie la creșterea gradului de inserție profesională a absolvenților, oferind o bază solidă pentru adaptarea la cerințele tehnologice ale mediului organizațional și pentru utilizarea eficientă a instrumentelor informatice în activitățile specifice domeniului de formare.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
----------------	---------------------------	-------------------------	------------------------------



10.4. Curs	Abilitatea de a aplica cunoștințele acumulate.	Verificare: lucru practic MS Word si Windows10 (11)	100%
10.6 Standard minim de performanță:			
Obținerea notei 5 la verificarea finală			
Definirea corectă a conceptelor de bază ale fiecărei teme, operarea corectă cu aceste concepte și utilizarea, pentru exemplificare, a unui instrument software din cele precizate.			
Să aibă un bagaj de cunoștințe teoretice relevante în tratarea oricărei teme a disciplinei. Să participe activ la toate seminariile și să operaționalizeze cadrul teoretic prezentat și discutat la seminar și laborator.			

Data completării

1.10.2025

Titular curs

Conf univ. dr. Andrei Găitănanu

Titular seminar

Conf. univ. dr. Andrei Găitănanu

Aviz Consiliul Departamentului de Comunicare

Conf. univ. dr. Loredana Vladu

Decan FCRP

Prof. univ. dr. Alina Bargaoanu



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program		
1.1 Instituția de învățământ superior	SNSPA	
1.2 Facultatea / Departamentul	Comunicare și Relații Publice	
1.3 Departamentul	Comunicare	
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării	
1.5 Ciclu de studii	Licență	
1.6 Programul de studii/Calificarea	Comunicare și Relații Publice	

2. Date despre disciplină							
2.1 Denumirea disciplinei	Introducere în relații publice						
2.2 Titularul activităților de curs	Prof. univ dr. Remus Pricopie Conf. univ. dr. Andreea Răceanu						
2.3 Titularul activităților de seminar	Drd. Sebastian Nistor						
2.4 Anul de studiu	1	2.5 Semestrul	1	2.6 Tipul de evaluare	Examen	2.7 Regimul disciplinei	DF

3. Timpul total estimat (ore pe semestru pentru activitățile didactice)								
3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care:	2	3.3 seminar	1	3.4 laborator / activități practice	1	
3.5 Total ore din planul de învățământ	56	din care:	28	3.7 seminar	14	3.8 laborator/ activități practice	14	
Distribuția fondului de timp								Ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								25
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri								19
Tutoriat								
Pregătire examinări								20
Alte activități...								
3.7 Total ore studiu individual	94							
3.8 Total ore din planul de învățământ	56							
3.9 Total ore pe semestru	150							
3. 10 Numărul de credite	6							

4. Precondiții (acolo unde este cazul)	
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 cu laptop, videoproiector și sonorizare adecvată



5.2. de desfășurare a seminarului	● Sală cu laptop, videoproiector, sonorizare adecvată și spațiu necesar activităților pe echipe
-----------------------------------	---

6. Competențele specifice acumulate

Competențe specifice acumulate	1. Cunoaștere și înțelegere - Înțelegerea și asimilarea noțiunilor importante din domeniu (publicuri, mesaj, comunicare publică); - Cunoașterea unor teorii și perspective relevante despre evoluția comunicării ca suport pentru activitatea de relații publice; - Identificarea evenimentelor și etapelor importante pentru cristalizarea relațiilor publice ca domeniu; - Cunoașterea definițiilor variate ale relațiilor publice; - Realizarea distincțiilor între domenii conexe: publicitate, relații publice, marketing; - Cunoașterea principiilor și modelelor relațiilor publice; - Înțelegerea normelor actuale specifice activității de relații publice; 2. Explicare și interpretare - Cunoașterea normelor actuale specifice activității de relații publice în cadrul organizațiilor. - Sublinierea relevanței teoriilor și evenimentelor din istoria relațiilor publice pentru contextul românesc; - Interpretarea perspectivelor oferite într-un cadru critic și interdisciplinar; - Inventarierea problemelor cu care se confruntă practica relațiilor publice în perioada actuală. - Capacitatea de a explica și de a aplica diferențele conceptuale între domenii conexe: publicitate, relații publice, marketing, manipulare, lobby etc.; - Utilizare corectă a noțiunilor importante din domeniu (publicuri, mesaj, comunicare publică, responsabilitate socială, comunicare dialogică, reputație, relații parteneriale); - Folosirea adecvată a perspectivelor teoretice relevante cu privire la relațiile publice; - Identificarea și caracterizarea publicurilor unei organizații; - Segmentarea canalelor specifice prin care se poate comunica particular cu anumite publicuri; - Aplicarea modelelor de relații publice în context românesc actual; 3. Instrumental-aplicative - Realizarea și promovarea unui produs de relații publice - Gestionarea comunicării eficiente cu publicurile unei organizații într-un context specific; - Aplicarea modelelor de relații publice în context românesc actual; - Investigarea tendințelor complexe din mediul social românesc, tendințe care influențează practica relațiilor publice - Identificarea unor tendințe actuale în evoluția relațiilor publice; - Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare în analiza și practica relațiilor publice 4. Atitudinale - Construirea unei perspective corecte despre etica în relațiile publice; - Respectarea principiilor comunicării strategice: adevărul, transparența, interesul public. - Capacitatea de a identifica practicile care nu respectă principiile etice specifice domeniului și orientarea deontologică;
--------------------------------	--



Competențe transversale	- Interpretarea perspectivelor oferite într-un cadru critic și interdisciplinar; - Cunoașterea și înțelegerea tendințelor complexe specifice comunicării în mediul social românesc actual, tendințe care influențează practica relațiilor publice; - Aplicarea tehnicilor de lucru eficient în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice; - Adaptabilitate în contextul activităților individuale și de echipă, sub presiunea timpului și în situații caracterizate de incertitudine și schimbări continue; - 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 Obiectiv general	Cursul își propune atât transmiterea unor cunoștințe relevante privind specificul relațiilor publice ca domeniu teoretic și activitate practică (prin sublinierea diferențelor și conexiunilor cu alte domenii, evidențierea modelului actual al relațiilor publice și a abordărilor prezente în domeniu - comunicarea dialogică strategică și relațiile partenariale), cât și dezvoltarea competențelor de bază privind practica modelelor de comunicare specifice relațiilor publice moderne, caracterizate de responsabilitate și abordare etică.
7.2 Obiective specifice	- să diferențieze între relațiile publice moderne și manipulare; - să diferențieze și să explice corect specificul relațiilor publice în comparație cu alte arii ale comunicării (marketing, publicitate, jurnalism, lobby etc.); - să cunoască specificul și provocările cu care se confruntă relațiile publice de astăzi; - să înțeleagă oportunitățile și limitele de aplicare pentru modelul dialogic partenerial al relațiilor publice; - să diferențieze corect între categorii specifice de public și canalele de comunicare adecvate acestora și să poată selecta categoriile prioritare într-o situație dată; - să diferențieze între cele patru modele de comunicare și relații publice, să identifice aplicarea acestora în realitate și să explice implicațiile lor; - să exerseze individual și în echipă moduri de comunicare specifice relațiilor publice (prezentări publice, redactare de texte, creare de conținut); - să utilizeze eficient și responsabil instrumente de AI în activități simple de documentare sau creație în relații publice.
7.3. Rezultatele învățării	CUNOȘTINȚE - Cunoaște conceptele, modelele și cadrele teoretice specifice relațiilor publice moderne de tip partenerial, centrate pe o abordare etică și responsabilă; - Cunoaște elementele care fac din relațiile publice o profesie cu utilitate socială; - Cunoaște principalele momente, personalități și entități specifice relevante în domeniul relațiilor publice – în evoluția istorică a practicii acestui domeniu și în realitatea curentă; - Cunoaște coordonatele etice ale relațiilor publice moderne; - Cunoaște algoritmul general al activităților de relații publice ; - Cunoaște coordonatele de bază ale evaluării eficiente în relații publice (formularea de obiective SMART, rezultatele de tip output/outtake/outcome) ABILITĂȚI - Aplică modele teoretice de comunicare și relații publice pentru analiza unor situații specifice ; - Generează conținuturi care respectă principiile relațiilor publice moderne ; - Selectează categorii specifice de public și canale de comunicare relevante în situații date. RESPONSABILITATE ȘI AUTONOMIE



- Analizează critic și obiectiv probleme actuale din sfera relațiilor publice în contexte social-istoric specifice;
- Utilizează instrumente de comunicare și relații publice și găsește soluții creative particulare în contexte specifice;
- Aplică soluții etice și responsabile în practica relațiilor publice;
- Colaborează eficient în echipe și gestionează autonom sarcini punctuale pentru activități specifice în aria relațiilor publice ;
- Utilizează eficient și responsabil instrumente de AI în activități asociate studiului și practicii relațiilor publice.

8. Conținuturi		
8.1. Curs	Metode de predare	Observații
Cursul 1. Curs introductiv – specificul activității de relații publice.	Prezentare orală, materiale audio-video, instrumente actuale (kahoot, menti s.a.)	
Cursul 2. Domenii de activitate în zona comunicării	Prezentare orală, materiale audio-video, instrumente actuale (kahoot, menti s.a.)	
Cursul 3. Relațiile publice – conceptualizare, definiții, teorii, premise	Prezentare orală, materiale audio-video, instrumente actuale (kahoot, menti s.a.)	
Cursul 4. Istoria și evoluția relațiilor publice (1)	Prezentare orală, materiale audio-video, instrumente actuale (kahoot, menti s.a.)	
Cursul 5. Istoria și evoluția relațiilor publice (2)	Prezentare orală, materiale audio-video, instrumente actuale (kahoot, menti s.a.)	
Cursul 6. Segmentare a tipurilor de public și a canalelor de comunicare în relații publice	Prezentare orală, materiale audio-video, instrumente actuale (kahoot, menti s.a.)	
Cursul 7. Activitatea de relații publice	Prezentare orală, materiale audio-video, instrumente actuale (kahoot, menti s.a.)	potențiali invitați*
Cursul 8. Comunicarea cu publicul intern	Prezentare orală, materiale audio-video, instrumente actuale (kahoot, menti s.a.)	
Cursul 9. Instrumente specifice de relații	Prezentare orală, materiale audio-video, instrumente actuale (kahoot, menti s.a.)	potențiali invitați*
Cursul 10. Relații publice cu mass media.	Prezentare orală, materiale audio-video, instrumente actuale (kahoot, menti s.a.)	potențiali invitați*
Cursul 11. Etica în relații publice	Prezentare orală, materiale audio-video, instrumente actuale (kahoot, menti s.a.)	
Cursul 12. Campanii de relații publice	Prezentare orală, materiale audio-video, instrumente actuale (kahoot, menti s.a.), potențiali invitați*	
Cursul 13. Evaluarea în relații publice	Prezentare orală, materiale audio-video, instrumente actuale (kahoot, menti s.a.), potențiali invitați*	
Cursul 14. Relațiile publice în situații de criză	Prezentare orală, materiale audio-video, instrumente actuale (kahoot, menti s.a.), potențiali invitați*	
*În cadrul activităților de curs eventuala participare a invitaților va fi planificată în funcție și de disponibilitatea acestora, având drept criteriu esențial pregătirea invitaților și relevanța informațiilor ce pot fi transmise de aceștia în raport cu tema cursului.		



Bibliografie:

- PRICOPIE, Remus (2011). Relațiile publice: evoluție și perspective. București: Tritonic.
- BERNAYS, Edward L (1923/2003). Cristalizarea opiniei publice. București: Editura Comunicare.ro.
- DAGENAIS, Bernard (2002). Profesia de relaționist. Iași: Polirom.
- IACOB, Dumitru, CISMARU, Diana-Maria, și PRICOPIE, Remus (2011). Relațiile publice. Coeziune și eficiență prin comunicare. București: Comunicare.ro (pag. 109-122).
- COMAN, Cristina (2004). Relațiile publice și mass media. Iași: Polirom.
- BLAND, M, THEAKER, A și WRAGG, D. (2003). Relațiile eficiente cu mass media. București: Editura Comunicare.ro.
- COMAN, Cristina (2001). Relațiile publice. Principii și strategii. Iași: Polirom (pag. 73-174).
- CUTLIP, Scott M., CENTER, Allen H., și BROOM, Glen M. (2010). Relațiile Publice Eficiente. București: Comunicare.ro (pag. 132-161).
- DAGENAIS, Bernard (2003). Campanii de relații publice. Iași: Polirom.
- LEINEMANN, Ralf și BAIKALTEVA, Elena (2004). Eficiența în relațiile publice. București: Editura Comunicare.ro

8.2. Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
Seminar introductiv. Specificul relațiilor publice	Discuții, activități aplicative - lucru pe echipe, prezentări în fața clasei, jocuri de rol, eventuale activități evaluative.	
Promovarea prin activități de relații publice, prin comparație cu alte activități din zona comunicării (publicitate, manipulare, marketing, lobby etc.)	Discuții, activități aplicative - lucru pe echipe, prezentări în fața clasei, jocuri de rol, eventuale activități evaluative.	
Teorii în relațiile publice	Discuții, activități aplicative - lucru pe echipe, prezentări în fața clasei, jocuri de rol, eventuale activități evaluative.	
Mapare a publicului și a canalelor de comunicare	Discuții, activități aplicative - lucru pe echipe, prezentări în fața clasei, jocuri de rol, eventuale activități evaluative.	
Simularea unei situații de relații publice	Discuții, activități aplicative - lucru pe echipe, prezentări în fața clasei, jocuri de rol, eventuale activități evaluative.	
Specialistul în relații publice	Discuții, activități aplicative - lucru pe echipe, prezentări în fața clasei, jocuri de rol, eventuale activități evaluative.	
Activități speciale de relații publice	Grilă de lucru /de analiză, activități aplicative individuale sau pe echipe, analiză complexă a rezultatului evenimentului la care studenții au luat parte.	
Bibliografie: ● PRICOPIE, Remus (2011). Relațiile publice: evoluție și perspective. București: Tritonic. ● DAGENAIS, Bernard (2002). Profesia de relaționist. Iași: Polirom.		



- IACOB, Dumitru, CISMARU, Diana-Maria, și PRICOPIE, Remus (2011). Relațiile publice. Coeziune și eficiență prin comunicare. București: Comunicare.ro (pag. 109-122).
- COMAN, Cristina (2004). Relațiile publice și mass media. Iași: Polirom.
- BLAND, M, THEAKER, A și WRAGG, D. (2003). Relațiile eficiente cu mass media. București: Editura Comunicare.ro.
- COMAN, Cristina (2001). Relațiile publice. Principii și strategii. Iași: Polirom (pag. 73-174).
- CUTLIP, Scott M., CENTER, Allen H., și BROOM, Glen M. (2010). Relațiile Publice Eficiente. București: Comunicare.ro (pag. 132-161).
- DAGENAIS, Bernard (2003). Campanii de relații publice. Iași: Polirom.
- LEINEMANN, Ralf și BAIKALTEVA, Elena (2004). Eficiența în relațiile publice. București: Editura Comunicare.ro
- ZBUCHEA, Alexandra (coord.) (2014) . Practica relațiilor publice în muzee. București: Editura Comunicare.ro (cap.1, 2 și 3)

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

- Cursurile și seminariile disciplinei sunt elaborate pe baza unor manuale și materiale teoretice și practice din domeniu, recunoscute în comunitatea de profil;
- Toate tematicile tratate în cadrul disciplinei se înscriu în plaja de actualitate a nevoilor și intereselor de studiu și cercetare în domeniul relațiilor publice;
- Experiență teoretică și practică a titularilor de disciplină în problematica disciplinei.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4. Curs	Cunoștințe acumulate pe parcursul semestrului.	Examen: test final	50%
10.5 Seminar	Gradul de implicare în activitatea de seminar. Abilitatea de a aplica în exerciții date cunoștințele acumulate în cadrul cursurilor.	Notare prezență	25%
		Notare participare activă la seminar	
		Evaluarea temelor de seminar (individuale și/sau de grup)	25%
10.6 Standard minim de performanță:			
Obținerea notei 5 la examen și la activitatea din timpul semestrului.			

Data completării
1.10.2025

Titular curs
Prof. univ dr. Remus Pricopie
Conf. univ. dr. Andreea Răceanu

Titular seminar
Drd. Sebastian Nistor

Aviz Consiliul Departamentului de Comunicare
Conf. univ. dr. Loredana Vladu

Decan FCRP
Prof. univ. dr. Alina Bargaoanu



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program	
1.1 Instituția de învățământ superior	SNSPA
1.2 Facultatea / Departamentul	Comunicare și Relații Publice
1.3 Departamentul	Comunicare
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	Comunicare și Relații Publice

2. Date despre disciplină							
2.1 Denumirea disciplinei	Organizare de evenimente						
2.2 Titularul activităților de curs	Prof. univ. dr. Diana-Maria Cismaru						
2.3 Titularul activităților de seminar	c.d.a Andrei Galan						
2.4 Anul de studiu	1	2.5 Semestrul	2	2.6 Tipul de evaluare	Examen	2.7 Regimul disciplinei	DS

3. Timpul total estimat (ore pe semestru pentru activitățile didactice)							
3.1 Număr de ore pe săptămână	5	din care:	2	3.3 seminar	1	3.4 laborator/activități practice	2
		3.2 curs					
3.4 Total ore din planul de învățământ	70	din care:	28	3.6 seminar	14	3.8 laborator/activități practice	28
		3.5 curs					
Distribuția fondului de timp							Ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe							20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren							10
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri							20
Tutoriat							0
Pregătire examinări							5
Alte activități.....							0
3.7 Total ore studiu individual	55						
3.8 Total ore din planul de învățământ	70						
3.9 Total ore pe semestru	125						
3. 10 Numărul de credite	5						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)	
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	● Nu este cazul.



5.2. de desfășurare a seminarului	● Pregătirea temelor de seminar pentru prezentări/ dezbateri.
-----------------------------------	---

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	Cunoaștere și înțelegerea domeniului de organizare de evenimente - Înțelegerea și asimilarea noțiunilor importante din domeniul planificării și gestionării evenimentelor - Cunoașterea principiilor aplicate specifice organizării de eveniment; - Înțelegerea normelor actuale specifice activității de organizare de evenimente; - Cunoașterea unor elemente și perspective relevante despre organizarea de evenimente, în raport cu specificul domeniilor de comunicare (marketing, relații publice, publicitate) - Capacitatea de a realiza conexiuni transversale și de a identifica relații cauzale și de interdependență dintre evenimente și fapte sociale - Capacitatea de a selecta perspectivele disciplinare și cadrele teoretice relevante pentru analiza diverselor situații de comunicare publică; Explicare și interpretare - Cunoașterea normelor actuale specifice activității de organizare de evenimente. - Interpretarea perspectivelor oferite într-un cadru critic și interdisciplinar; - Inventarierea problemelor cu care se confruntă organizarea de evenimente publice în perioada actuală; - Utilizare corectă a noțiunilor importante din domeniu; - Folosirea adecvată a perspectivelor teoretice relevante cu privire la organizarea de evenimente; Instrumental-aplicative - Realizarea și promovarea unui eveniment - Capacitatea de a proiecta și implementa soluții de comunicare și de a realiza produse de comunicare pentru diverse domenii ale comunicării (interpersonală, publică, organizațională) în conformitate cu diverse practici (relații publice, advertising, promovare de imagine, media etc.); - Capacitatea de a stabili contacte, de a stabili și dezvolta relații de comunicare, parteneriate și cooperare cu persoane, instituții publice, organizații, mass-media, ONG-uri; - Capacitatea de a asculta activ, a se angaja în dialog și de a negocia interese în orice situație de diferend de opinie; - Capacitatea de a prezenta informații, puncte de vedere, concepte și proiecte în raport cu specificul audienței relevante, în situații de comunicare directă sau mediată; - Gestionarea comunicării eficiente cu publicurile unui eveniment într-un context specific; - Investigarea tendințelor complexe din mediul social românesc, tendințe care influențează organizarea de evenimente; - Capacitatea de a folosi PC-ul, softurile de uz general și cele specifice domeniului științelor comunicării ca instrumente utile în activitățile specifice organizării de evenimente; Atitudinale - Construirea unei perspective corecte despre sustenabilitate și responsabilitate în organizarea de evenimente; - Tratarea tuturor persoanelor în spiritul demnității și al respectului, indiferent de originea lor etnică, națională, religioasă, rasială, de gen, stil de viață sau dizabilitate;
Competențe transversale	- Interpretarea perspectivelor oferite într-un cadru critic și interdisciplinar; - Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice - Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii



ers ale	
7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)	
7.1 Obiectiv general	- Înțelegerea specificului organizării de evenimente ca domeniu de activitate practică, în raport cu domeniul specific al comunicării; - Înțelegerea practicii actuale a organizării de evenimente și a abordărilor prezente în domeniu; - Dezvoltarea competențelor de bază privind organizarea de evenimente
7.2 Obiective specifice	- Dezvoltarea capacității de a planifica un eveniment, în raport cu obiectivele specifice și cu domeniul comunicării; - Identificarea elementelor care fac din organizarea de evenimente o profesie cu impact social; - Inventarierea problemelor, riscurilor și provocărilor cu care se confruntă organizatorii de evenimente; - Dezvoltarea capacității de a înțelege situațiile de comunicare și creșterea competențelor în găsirea de soluții creative particulare în contextul organizării de eveniment;
7.3. Rezultatele învățării	CUNOȘTINȚE Studentii cunosc structura completă a unui eveniment, de la concept la producție. Ei înțeleg mecanismele logistice, bugetare și operaționale. Ei cunosc particularitățile diferitelor tipuri de evenimente și modul în care publicurile influențează planificarea. Ei înțeleg instrumentele digitale utilizate în coordonarea, promovarea și evaluarea evenimentelor. ABILITĂȚI Studentii planifică un eveniment folosind etape și proceduri utilizate în industrie. Ei dezvoltă bugete, creează programe de lucru și coordonează echipe. Ei aplică metode de evaluare a riscurilor și propun soluții adecvate. Ei folosesc platforme digitale pentru comunicare și management. Ei realizează evaluări ale evenimentelor pe baza datelor colectate. RESPONSABILITATE ȘI AUTONOMIE Studentii iau decizii fundamentate în toate etapele de producție. Ei gestionează responsabil resursele și respectă obligațiile legale. Ei coordonează sarcini în contexte reale și își asumă roluri operationale. Ei lucrează autonom în planificare și demonstrează capacitatea de a adapta procesele la constrângerile și nevoile situațiilor specifice.

8. Conținuturi		
8.1. Curs	Metode de predare	Observații
Cursul 1. Ce este organizarea de evenimente. Tipuri de evenimente.	Prelegere, discuții, debateri	NA
Cursul 2. Caracteristici specifice ale evenimentelor. Tipuri de evenimente.	Prelegere, discuții, debateri	NA



Cursul 3. Obiectivele unui eveniment, designul și viziunea.	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
Cursul 4. Etapele unui eveniment. Crearea conceptului de eveniment.	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
Cursul 5. Identificarea publicului țintă	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
Cursul 6. Planificarea și bugetarea inițială a unui eveniment (budget, checklists)	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
Cursul 7. Data și locația unui Eveniment (date and site selection; venue characteristics)	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
Cursul 8. Detalierea planificării și manageriei unui eveniment (timetable, social programme, catering, registration desk)	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
Cursul 9. Managing the guestlist: participanții la eveniment și stakeholderi (guests, VIP, media)	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
Cursul 10. Promovarea evenimentului și lucrul cu sponsorii	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
Cursul 11. Sponsorship	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
Cursul 12. Back-up plan. Crisis planning management.	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
Cursul 13. Follow-up: evaluarea evenimentului și diseminarea rezultatelor	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
Cursul 14. Prezentarea proiectelor finale - the event	Prezentări, discuții, feedback	NA

Bibliografie:

Allen, J., Harris, R., & Jago, L. (2022). *Festival & special event management*. John Wiley & Sons.
Bowdin, G. A., Allen, J., Harris, R., Jago, L., O'toole, W., & McDonnell, I. (2023). *Events management*. Routledge.
Bladen, C., Kennell, J., Abson, E., & Wilde, N. (2022). *Events management: An introduction*. Routledge.
Dowson, R., & Bassett, D. (2015). *Event Planning and Management: A Practical Handbook for PR and Events Professionals*. Kogan Page Publishers.
Embrechts, P., Klüppelberg, C., & Mikosch, T. (2013). *Modelling extremal events: for insurance and finance* (Vol. 33). Springer Science & Business Media.
Getz, D., & Page, S. J. (2019). *Event studies: Theory, research and policy for planned events*. Routledge.
Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism management*, 29(3), 403-428.

8.2. Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
Seminarul 1. Obiectivele unui eveniment, design și viziune	Sușineri de prezentări. Studiu de caz	NA
Seminarul 2. Planificarea inițială și bugetarea	Sușineri de prezentări. Simulare și aplicații	NA
Seminarul 3. Event timing și locația	Sușineri de prezentări. Studiu de caz	NA



Seminarul 4. Planificarea detaliată a evenimentului și managementul	Susțineri de prezentări. Simulare și aplicații	NA
Seminarul 5. Participanții la eveniment și stakeholderii	Susțineri de prezentări. Studiu de caz	NA
Seminarul 6. Promovarea evenimentului și lucrul cu sponsorii	Susțineri de prezentări. Simulare și aplicații	NA
Seminarul 7. Evaluarea evenimentului și diseminarea rezultatelor	Susțineri de prezentări. Studiu de caz	NA

Bibliografie:

Allen, J., Harris, R., & Jago, L. (2022). *Festival & special event management*. John Wiley & Sons.
Bowdin, G. A., Allen, J., Harris, R., Jago, L., O'toole, W., & McDonnell, I. (2023). *Events management*. Routledge.
Bladen, C., Kennell, J., Abson, E., & Wilde, N. (2022). *Events management: An introduction*. Routledge.
Dowson, R., & Bassett, D. (2015). *Event Planning and Management: A Practical Handbook for PR and Events Professionals*. Kogan Page Publishers.
Embrechts, P., Klüppelberg, C., & Mikosch, T. (2013). *Modelling extremal events: for insurance and finance* (Vol. 33). Springer Science & Business Media.
Getz, D., & Page, S. J. (2019). *Event studies: Theory, research and policy for planned events*. Routledge.
Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism management*, 29(3), 403-428.

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

Cursul de Organizare de Evenimente răspunde direct nevoilor din industrie. Conținutul pe care îl predau urmărește standardele promovate de comunitatea academică și de organizațiile profesionale din domeniul managementului de evenimente. Acest curs pregătește studenții să lucreze cu proceduri folosite de agenții, companii, instituții culturale și sportive. Ei învață să planifice logistic, să gestioneze bugete, să coordoneze echipe și să integreze tehnologia în procesele de producție. Aceste competențe sunt cerute constant de angajatori. Cursul dezvoltă abilități aplicabile, adaptate la tendințele actuale, de la digitalizare la evaluarea experienței publicului. Acest lucru aliniază disciplina cu așteptările mediului profesional și oferă studenților instrumente pe care le pot folosi imediat în proiectele reale.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4. Curs	Răspunsuri corecte și complete, conform cerințelor	Examen scris	40%
10.5 Seminar	Îndeplinirea cerințelor, în conformitate cu syllabus-ul.	Proiect de echipă	40%
		Teme intermediare/studii de caz	10%
		Participare activă la seminar	10%
10.6 Standard minim de performanță:			
Obținerea notei 5 la examen și la proiectul de echipă.			

Data completării
01.10.2025

Titular curs
Prof.univ. dr. Diana-Maria Cismaru

Titular seminar
c.d.a Andrei Galan



Școala Națională de Studii Politice și Administrative
Facultatea de Comunicare și Relații Publice

Aviz Consiliul Departamentului de Comunicare
Conf. univ. dr. Loredana Vladu

Decan FCRP
Prof. univ. dr. Alina Bargaoanu



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program			
1.1 Instituția de învățământ superior	SNSPA		
1.2 Facultatea / Departamentul	Comunicare și Relații Publice		
1.3 Departamentul	Comunicare		
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării		
1.5 Ciclul de studii	Licență		
1.6 Programul de studii/Calificarea	Comunicare și Relații Publice		

2. Date despre disciplină							
2.1 Denumirea disciplinei	Sociologie						
2.2 Titularul activităților de curs	Prof. Univ. Dr. Valeriu Frunzaru						
2.3 Titularul activităților de seminar	Cda drd. Diana Buf						
2.4 Anul de studiu	1	2.5 Semestrul	2	2.6 Tipul de evaluare	Examen	2.7 Regimul disciplinei	DS

3. Timpul total estimat (ore pe semestru pentru activitățile didactice)							
3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar	1	3.4 laborator/activități practice	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar	14	laborator/activități practice	14
Distribuția fondului de timp							Ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe							35
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren							10
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri							20
Tutoriat							15
Pregătire examinări							10
Alte activități.....							4
3.7 Total ore studiu individual	94						
3.8 Total ore din planul de învățământ	56						
3.9 Total ore pe semestru	150						
3. 10 Numărul de credite	6						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)	
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	• Nu este cazul.
5.2. de desfășurare a seminarului	• Pregătirea temelor de seminar pentru prezentări/ dezbateri.

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	Prin participarea la cursurile acestei discipline, studenții vor dobândi următoarele cunoștințe și abilități specifice: • Cunoașterea și utilizarea conceptelor, teoriilor și paradigmatelor sociologice fundamentale. • Înțelegerea principalelor procese și structuri sociale (familie, educație, religie, cultură, grupuri sociale etc.). • Identificarea problemelor și disfuncționalităților sociale în comunități și organizații. • Analiza comportamentelor și interacțiunilor sociale din perspectivă sociologică. • Aplicarea cadrului teoretic sociologic pentru interpretarea situațiilor și fenomenelor actuale din societate. • Corelarea dimensiunilor istorice și contemporane ale gândirii sociologice. • Construirea de explicații și argumente sociologice pentru analiza realității sociale. • Interpretarea critică a teoriilor și perspectivelor sociologice pentru înțelegerea fenomenelor complexe. • Utilizarea limbajului și terminologiei sociologice în contexte academice și profesionale. • Formularea de diagnoze sociologice privind funcționarea instituțiilor și a relațiilor sociale.
Competențe transversale	Prin participarea la cursurile acestei materii, studenții vor dobândi următoarele cunoștințe și abilități specifice: • Respectarea principiilor etice și deontologice în activitatea academică și profesională. • Manifestarea unei atitudini critice, responsabile și non-discriminatorii față de diversitatea socială și culturală. • Dezvoltarea capacității de reflecție și autoevaluare pentru propria evoluție profesională și personală. • Implicarea activă în rezolvarea problemelor comunitare și instituționale, prin spirit civic și responsabilitate socială. • Exprimarea ideilor și argumentelor într-un limbaj academic clar și coerent, atât oral, cât și în scris. • Lucrul în echipă și colaborarea interdisciplinară, în contexte academice sau profesionale. • Adaptabilitate și deschidere către inovare, în raport cu dinamica societății și a mediului organizațional. • Angajarea în învățarea continuă și în dezvoltarea profesională pe termen lung.

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

7.1 Obiectiv general	Cursul de Sociologie își propune să ofere studenților cunoștințe fundamentale despre principalele noțiuni, concepții și doctrine sociologice, precum și să familiarizeze participanții cu limbajul și metodele de analiză ale științei sociologiei. Prin dezvoltarea gândirii critice, a capacității de reflecție și de dialog, cursul urmărește formarea unui cadru conceptual solid care să permită studenților să înțeleagă, interpreteze și să realizeze conexiuni între fenomenele sociale și aplicabilitatea lor practică în domeniul comunicării și relațiilor publice.
7.2 Obiective specifice	• Transmiterea și consolidarea cunoștințelor despre principalele noțiuni, concepte și teorii sociologice. • Studiul și analiza principalelor tendințe în evoluția societății românești și a lumii contemporane.



	● Formarea aparatului conceptual specific științei sociologiei și dezvoltarea limbajului sociologic. ● Dezvoltarea gândirii critice, autocritice și convergente/divergente. ● Deprinderea cu lectura, analiza și interpretarea lucrărilor sociologice. ● Pregătirea pentru observarea și înțelegerea realității sociale și a fenomenelor sociale. ● Capacitatea de explicare a fenomenelor, proceselor și evenimentelor sociale. ● Interpretarea doctrinelor și cercetărilor sociologice. ● Realizarea conexiunilor între cunoștințele teoretice și aplicabilitatea lor în soluționarea situațiilor sociale din domeniul comunicării și relațiilor publice. ● Dezvoltarea disponibilității pentru acțiune socială, dialog și interogație reflexivă.
7.3. Rezultatele învățării	CUNOȘTINȚE ● Cunoaște și explică concepte, teorii și perspective sociologice fundamentale aplicabile analizei comunicării și interacțiunilor sociale. ● Identifică actorii sociali, instituțiile și contexte sociale relevante pentru înțelegerea proceselor de comunicare în societatea contemporană. ● Analizează rolul comunicării în structurarea relațiilor sociale, inclusiv în formarea identităților, normelor și reprezentărilor colective. ● Identifică și explică influența factorilor sociali și culturali asupra receptării mesajelor, precum valori, norme, apartenență socială și contexte instituționale. ABILITĂȚI ● Integrează perspective sociologice și interdisciplinare în analiza mesajelor și fenomenelor de comunicare, raportându-le la contexte sociale, culturale, economice și politice. ● Analizează critic evenimente, discursuri publice și produse media, identificând valori, norme, ideologii și relații de putere implicate. ● Interpretează semne, sensuri și semnificații sociale din mesaje și practici comunicaționale, utilizând concepte de analiză sociologică. ● Argumentează coerent și critic în scris și oral asupra fenomenelor sociale contemporane, folosind un limbaj academic adecvat și structurat. RESPONSABILITATE ȘI AUTONOMIE ● Analizează și evaluează critic grupurile, temele și fenomenele sociale, asumând o poziție argumentată și fundamentată sociologic. ● Asigură corectitudinea, acuratețea și responsabilitatea utilizării informațiilor și interpretărilor sociologice în contexte academice și publice. ● Aplică principii etice și norme deontologice în analiza și interpretarea fenomenelor sociale, ținând cont de impactul acestora asupra indivizilor și grupurilor sociale. ● Manifestă autonomie intelectuală și reflexivitate critică, evaluând propriile interpretări și recunoscând limitele acestora în raport cu contexte sociale și culturale diverse. ● Lucrează autonom și responsabil în activități academice individuale sau de grup, respectând reguli, termene și standarde ale discursului academic.

8. Conținuturi



8.1. Curs	Metode de predare	Observații
1. Sociologia - știință despre societate	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
2. Cultura	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
3. Acțiunea socială	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
4. Structura socială	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
5. Grupurile sociale	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
6. Socializarea	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
7. Stratificarea socială și clasele sociale	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
8. Familia și căsătoria	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
9. Genul social (relațiile dintre sexe)	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
10. Relațiile interetnice, rasiale și naționale	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
11. Educația	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
12. Religia	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
13. Devianța	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
14. Schimbarea socială	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
Bibliografie: ● GIDDENS, Anthony [1989](2001). <i>Sociologie</i>. București: Editura All. ● MIHĂILESCU, Ioan. (2003). <i>Sociologie generală. Concepte fundamentale și studii de caz</i>. Iași: Editura Polirom. ● SCHIFIRNEȚ, Constantin. [2002](2004). <i>Sociologie</i>. București: Editura comunicare.ro ● VLĂSCEANU, Lazăr (coord.). (2011). <i>Sociologie</i>. Iași: Editura Polirom. ● VREJA, Lucia Ovidia (2023). <i>Natura și societate. Perspectiva evolutivă în sociologie</i>. București: Editura ASE.		

8.2. Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
Sociologia - știință a societății	Discuții despre relația dintre sociologie și alte științe sociale. Exerciții realizate în grup cu privire la rolul sociologiei pentru un	NA



	specialist în relații publice	
Cultura și societatea	Prezentarea unei aplicații și lucrul în echipă pentru rezolvarea unor probleme	NA
Status și rol. Instituții sociale	Prezentarea unei aplicații și lucrul în echipă pentru rezolvarea unor probleme	NA
Grupuri sociale	Prezentarea unei aplicații și lucrul în echipă pentru rezolvarea unor probleme	NA
Socializarea. Genul social	Prezentarea unei aplicații și lucrul în echipă pentru rezolvarea unor probleme	NA
Relațiile interetnice și rasa	Prezentarea unei aplicații și lucrul în echipă pentru rezolvarea unor probleme	NA
Educația	Prezentarea unei aplicații și lucrul în echipă pentru rezolvarea unor probleme	NA

Bibliografie:

1. Sociologia și psihologia – o abordare interdisciplinară

Schifirneț, Constantin. [2002](2004). *Sociologie*. București: Editura comunicare.ro – Capitolul 1. Sociologia ca știință

2. Cultura și societatea

Schifirneț, Constantin. [2002](2004). *Sociologie*. București: Editura comunicare.ro – Capitolul 14. Cultura

Giddens, Anthony [1989](2001). *Sociologie*. București: Editura All – Capitolul 2. Cultura, societatea și individul

3. Status și rol. Instituții sociale

Schifirneț, Constantin. [2002](2004). *Sociologie*. București: Editura comunicare.ro – Capitolul 3. Structura socială

Linton, Ralph. (1936). *The Study of Man. An Introduction*. New York: Appelton-Century-Crofts, INC. – Capitol: Status and Role

Mihăilescu, Ioan. (2003). *Sociologie generală. Concepte fundamentale și studii de*



caz. Iași: Editura Polirom – Capitolul 5. Status și rol
Weber, Max. [1921](1978). *Economy and Society. An Outline of Interpretative Sociology*. (Vol. I și II). Berkeley: University of California Press. (pp. 302-307, 956-1005)

4. Grupuri sociale

Schifirneț, Constantin. [2002](2004). *Sociologie*. București: Editura comunicare.ro – Capitolul 4. Grupuri sociale

Chelcea, Septimiu. (2006). Grupurile sociale. În S. Chelcea (coord.), *Psihosociologie. Teorie și aplicații* (pp. 107-131). București: Editura Economică.

5. Socializarea. Genul social

Schifirneț, Constantin. [2002](2004). *Sociologie*. București: Editura comunicare.ro – Capitolul 6. Socializarea; Capitolul 9. Genul social

Grünberg, Laura (2011). Gen și societate. În L. Vlăsceanu (coord.), *Sociologie* (pp. 207-247), Iași: Editura Polirom

6. Relațiile interetnice și rasa

Schifirneț, Constantin. [2002](2004). *Sociologie*. București: Editura comunicare.ro – Capitolul 10. Relațiile interetnice, rasiale și naționale

Giddens, Anthony [1989](2001). *Sociologie*. București: Editura All – Capitolul 9. Apartenența etnică și rasa

7. Educația

Schifirneț, Constantin. [2002](2004). *Sociologie*. București: Editura comunicare.ro – Capitolul 12. Educația

- Hatos, Adrian (2011). Educație. În L. Vlăsceanu (coord.), *Sociologie* (pp. 596-644), Iași: Editura Polirom

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

Cursul de Sociologie este conceput astfel încât să alinieze conținuturile academice cu cerințele și așteptările reprezentanților comunității epistemice, ai asociațiilor profesionale și ai angajatorilor relevanți din domeniul comunicării și relațiilor publice. Temele, conceptele și metodele prezentate în cadrul cursului sunt selectate pentru a reflecta tendințele actuale în studiul societății, competențele esențiale pentru analiza fenomenelor sociale și capacitatea de aplicare a cunoștințelor sociologice în contexte profesionale reale.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4. Curs	Cunoștințe de bază necesare analizei diferitelor aspecte ale realității sociale - Capacitatea de a face conexiuni între teorii și concepte din domeniul sociologiei	Examenul final, de tip grilă.	50%
10.5 Seminar	- Capacitatea de a folosi concepte și teorii sociologice pentru a analiza aspecte ale	Nota la activitatea din timpul seminarului ia în considerare aplicația, un test care are loc la	50%



	realității sociale (în cadrul aplicațiilor individuale) - Capacitatea de a argumenta și folosi imaginația sociologică în analiza diferitelor aspecte ale realității sociale	seminarul nr. 6 și prezența activă din timpul seminarelor	
10.6 Standard minim de performanță:			
Studentul are cel puțin 4 prezențe la seminar și minimum nota 5 pentru activitatea de seminar și la examenul final.			

Data completării
01.10.2025

Titular curs
Prof. univ. dr. Valeriu Frunzaru

Titular seminar
Cda drd. Diana Buf

Aviz Consiliul Departamentului de Comunicare
Conf. univ. dr. Loredana Vladu

Decan FCRP
Prof. univ. dr. Alina Bargaoanu



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program			
1.1 Instituția de învățământ superior	SNSPA		
1.2 Facultatea / Departamentul	Comunicare și Relații Publice		
1.3 Departamentul	Comunicare		
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării		
1.5 Ciclul de studii	Licență		
1.6 Programul de studii/Calificarea	Comunicare și Relații Publice		

2. Date despre disciplină							
2.1 Denumirea disciplinei	Științe economice. Management și marketing						
2.2 Titularul activităților de curs	Lector univ. dr. Cătălina Niculescu						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lector univ. dr. Cătălina Niculescu						
2.4 Anul de studiu	1	2.5 Semestrul	1	2.6 Tipul de evaluare	Examen	2.7 Regimul disciplinei	DS

3. Timpul total estimat (ore pe semestru pentru activitățile didactice)							
3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar	1	3.4. laborator / activități practice	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5 curs	28	3.3 seminar	14	3.4. laborator / activități practice	14
Distribuția fondului de timp							Ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe							25
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren							30
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri							35
Tutoriat							-
Pregătire examinări							4
Alte activități.....							-
3.7 Total ore studiu individual	94						
3.8 Total ore din planul de învățământ	56						
3.9 Total ore pe semestru	150						
3.10 Numărul de credite	6						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)	
4.1 de curriculum	• Nu este cazul.
4.2 de competențe	• Cursul este obligatoriu și este destinat studenților din anul.

5. Condiții (acolo unde este cazul)	
5.1. de desfășurare a cursului	• Sala de curs cu videoproiector



5.2. de desfășurare a seminarului	Sală de seminar potrivită lucrului în echipă
-----------------------------------	--

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	- Studentii vor trebui să pretesteze instrumentele de analiză propuse. - Se vor discuta capacitățile studenților de a conduce cercetarea datelor din surse secundare și primare pentru propunerea de planuri de afaceri. - Se va analiza capacitatea acestora de a lucra în echipă și de a îndeplini sarcini specifice în cadrul proiectului de grup, dar și abilitatea de a opera cu noțiuni noi și de a redacta, în stil științific, materialele prezentate. - Discutarea principiilor deontologice specifice practicii manageriale și de marketing. - Discutarea principiului neutralității valorice versus afirmării deschise a valorilor, în contextul Deprinderea studenților de a evita utilizarea stereotipurilor, gândirii duale, afirmațiilor insuficient verificate, în favoarea demonstrației științifice.
Competențe transversale	- Sunt analizate critic cercetări utile pentru înțelegerea generală a comportamentului consumatorului în marketing - Sunt discutate cercetări exemplare utile și actuale pentru dezvoltarea înțelegerii modului în care cumpărătorii iau decizii - Sunt discutate aspecte deontologice care au valoare generală pentru domeniu - Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și a adaptării la cerințele pieței muncii

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

7.1 Obiectiv general	Cursul își propune să îi familiarizeze pe studenți cu informațiile de bază din științele economice (management și marketing)
7.2 Obiective specifice	Identificarea termenilor și noțiunilor de bază din științe economice
7.3. Rezultatele învățării	CUNOȘTINȚE - De marketing, microeconomie și macroeconomie ABILITĂȚI - Analitice precum analiza pieței și a comportamentului consumatorului - Strategice : elaborarea unei strategii de marketing - Digitale : realizarea unor materiale de promovare RESPONSABILITATE ȘI AUTONOMIE - Studentii vor dezvolta de la zero strategii de marketing și vor gestiona și manageria o echipă de marketing.

8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Observații
Cursul 1. Piața. Concurența	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Videoproiector necesar
Cursul 2. Elemente fundamentale de macroeconomie și de microeconomie	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Videoproiector necesar
Cursul 3. Firma. Organizarea, funcțiunile de business și	Prezentarea orală a	Videoproiector necesar



mediul ambiant	conținutului cursurilor în fața studenților	
Cursul 4. Funcțiile managementului	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Videoproiector necesar
Cursul 5. Strategia managerială. Planul de afaceri	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Videoproiector necesar
Cursul 6. Comportamentul consumatorilor	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Videoproiector necesar
Cursul 7. Cercetări de marketing	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Videoproiector necesar
Cursul 8. Mixul de marketing: politica de produs. Relația produs – brand	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Videoproiector necesar
Cursul 9. Mixul de marketing: politica de preț, politica de distribuție și politica de promovare	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Videoproiector necesar
Cursul 10. Impactul globalizării asupra economiei, companiilor și brandurilor	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Videoproiector necesar
Cursul 11. Impactul transformării digitale asupra practicilor manageriale	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Videoproiector necesar
Cursul 12. Impactul transformării digitale asupra practicilor de marketing	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Videoproiector necesar
Cursul 13. Etică în afaceri	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Videoproiector necesar
Cursul 14. Branduri, lovemarks, filantropie și eficiență	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Videoproiector necesar

Bibliografie:

- Anghel, L. (2013). Economia pe înțelesul tuturor. Tritonic.
- Brătianu, C. (2006) Management și marketing: concepte fundamentale. Comunicare.ro.
- Nalivaikè, J., & Miliukaitė, G. (2024). Influence of AI-generated avatars on consumer trust in the brand.
- Pînzaru, F. (2009). Manual de marketing: principii clasice și tehnici actuale eficiente. Editura C.H. Beck.
- Pînzaru, F. (2013). Felicitări! Ai fost promovat manager!. București: Tritonic.

8.2. Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
Seminarul 1. Seminar introductiv	Exerciții și studii de caz	Videoproiector necesar
Seminarul 2. Prezentare proiect grupa 1 și feedback. Aplicație analiză SWOT	Exerciții și studii de caz	Videoproiector necesar
Seminarul 3. Prezentare proiect grupa 2 și feedback. Mixul de marketing	Exerciții și studii de caz	Videoproiector necesar



Seminarul 4. Prezentare proiect grupa 3 și feedback. Studiu de caz Adidas	Exerciții și studii de caz	Videoproiector necesar
Seminarul 5. Prezentare proiect grupa 4 și feedback. Aplicație în Canva	Exerciții și studii de caz	Videoproiector necesar
Seminarul 6. Prezentarea proiect grupa 5, grupa 6 și 7	Exerciții și studii de caz	Videoproiector necesar
Seminarul 7. Pregătire pentru examen	Exerciții și studii de caz	Videoproiector necesar

Bibliografie:

- Fetscherin, M. (2014). What type of relationship do we have with loved brands?. Journal of Consumer Marketing, 31(6/7), 430-440.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2008). Managementul Marketingului. București: Editura Teora.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2021). Principles of Marketing (18e Global). Harlow: Pearson Education Limited.**
- Langner, T., Bruns, D., Fischer, A., & Rossiter, J. R. (2016). Falling in love with brands: a dynamic analysis of the trajectories of brand love. Marketing letters, 27, 15-26.

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

- Disciplina este elaborată pe baza unor manuale și materiale cu caracter științific și recunoscute internațional
- Conceptele tratate în cadrul cursului și seminariilor se înscriu în preocupările actuale în domeniul .
- Cadrul didactic titular are experiență în domeniu

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4. Curs	Studentul trebuie să aibă cunoștințe de bază din științele economice.	Examen de tip test grilă	50%
10.5 Seminar	Capacitatea de a elabora un plan de afaceri pentru lansarea unui start-up.	Proiect de echipă	50%

10.6 Standard minim de performanță:

Pentru a putea intra în examen, studenții trebuie să aibă minimum 4 prezențe la seminar.

Pentru a promova, studentul trebuie să aibă cunoștințe minime despre management și marketing.

Nota minimă obținută la examen trebuie să fie 5.00, iar nota finală (rezultată din nota de la seminar și de la examen) trebuie să fie minimum 5.00.

Data completării
01.10.2025

Titular curs
Lector univ. dr. Cătălina Niculescu

Titular seminar
Lector univ. dr. Cătălina Niculescu

Aviz Consiliul Departamentului de Comunicare
Conf. univ. dr. Loredana Vladu

Decan FCRP
Prof. univ. dr. Alina Bargaoanu



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program	
1.1 Instituția de învățământ superior	SNSPA
1.2 Facultatea / Departamentul	Comunicare și Relații Publice
1.3 Departamentul	Comunicare
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	Comunicare și Relații Publice

2. Date despre disciplină							
2.1 Denumirea disciplinei	Tehnica discursului public (public speaking)						
2.2 Titularul activităților de curs	Lector univ. dr. Marius Constantin Romașcanu						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lector univ. dr. Marius Constantin Romașcanu						
2.4 Anul de studiu	1	2.5 Semestrul	2	2.6 Tipul de evaluare	Verificare	2.7 Regimul disciplinei	DS

3. Timpul total estimat (ore pe semestru pentru activitățile didactice)							
3.1 Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2 curs	1	3.3 seminar	1	3.4. laborator/activități practice	1
3.5 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.6 curs	14	3.7 seminar	14	3.8. laborator/activități practice	14
Distribuția fondului de timp							Ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe							25
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren							10
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri							23
Tutoriat							
Pregătire examinări							25
Alte activități							
3.7 Total ore studiu individual	83						
3.8 Total ore din planul de învățământ	42						
3.9 Total ore pe semestru	125						
3. 10 Numărul de credite	5						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)	
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 cu videoproiector și sistem audio



5.2. de desfășurare a seminarului	Sală de seminar cu videoproiector și sistem audio
-----------------------------------	---

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	Prin participarea la cursurile acestei discipline, studenții vor putea să: - să utilizeze, în mod adecvat, noțiunile specifice disciplinei studiate; - înțeleagă principiile și procesele implicate în realizarea unei comunicări eficiente în contexte publice; - dezvolte abilități de comunicare interpersonală și în cadrul grupurilor; - cunoaște unele tehnici psihologice eficiente de reducere a tracului de a vorbi în public și de implicare a auditoriului; - adopta o atitudine profesionistă în gestionarea activităților de public speaking; - ști să valorifice optim și creativ propriul potențial în activitățile științifice; - promova un sistem de valori culturale morale și civice, centrat pe valori și relații democratice; - fi implicați în dezvoltarea instituțională și în promovarea inovațiilor științifice/angajarea în relații de parteneriat cu alte persoane sau instituții cu responsabilități similare; - participa la propria dezvoltare profesională continuă; - promova un grad ridicat de deschidere și acceptare față de schimbările tehnologice și diferențele (particularitățile) culturale specifice contextului multicultural actual.
Competențe transversale	Prin participarea la cursurile acestei materii, studenții vor dobândi următoarele cunoștințe și abilități specifice: - să analizeze și să sintetizeze informații complexe pentru redactarea de rapoarte, eseuri sau studii de caz; - să evalueze critic informații, argumente și surse, demonstrând reflexivitate în interpretarea acestora; - să redacteze documente profesionale și să susțină prezentări orale clare și coerente în contexte academice și profesionale; - să promoveze idei, produse sau servicii; - să planifice și să realizeze proiecte aplicative atât individual, cât și prin colaborare eficientă în echipă.

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

7.1 Obiectiv general	Obiectivul general al cursului este deprinderea abilităților de a construi și susține discursuri publice (la un nivel intermediar de performanță), precum și de a evalua critic o problemă dezbătută, într-o manieră care să indice toleranță și respect față de pozițiile exprimate de oponenți.
7.2 Obiective specifice	- Să cunoască și să construiască eficient structura de bază a unui discurs; - Să distingă între caracteristicile a trei tipuri de discursuri: improvizat (impromptu), de informare și de persuadare și să cunoască pașii necesari pentru redactarea fiecărui tip de discurs; - Să cunoască și să poată utiliza tehnici psihologice de persuasiune; - Să cunoască tehnici care să conducă la diminuarea tracului de a vorbi în public, respectiv la intensificarea interacțiunii / implicării publicului; - Să analizeze (evalueze) discursuri într-un sistem supervizat colegial (peer-review) pentru a înțelege ingredientele unui discurs bun / ale unei dezbateri eficiente, în vederea îmbunătățirii acestor abilități de prezentare; - Să exerseze / să-și dezvolte abilitatea de a prezenta persuasiv un punct de

	vedere, prin susținerea de discursuri și / sau participarea la dezbateri publice.
7.3. Rezultatele învățării	CUNOȘTIINȚE ● Identifică tehnici de redactare sau structurare a conținutului (narrative, descriptive, expositive, argumentative sau persuasive) și principii de retorică sau compunere a mesajelor ce vizează îmbunătățirea capacității scriitorilor și vorbitorilor de a informa, convinge sau motiva publicul; ● Diferențiază între tipuri de narațiuni, tipuri de raționamente, tipuri de raționamente, elemente de logică, teoria argumentării și retorică sau discurs public pentru a clasifica perspective diferite, respectiv evalua, argumente în contextul comunicării profesionale. ABILITĂȚI ● Aplică principiile și standardele deontologice în desfășurarea activităților profesionale specifice, pe baza reglementărilor în domeniu; ● Evaluează percepția publică, participă în rețele profesionale și inițiază conversații în raport cu o persoană publică, o organizație sau o marcă (brand); ● Consultă alți specialiști pentru căutarea altor puncte de vedere relevante din literatură, atunci când își fundamentează practica profesională; ● Elaborează strategii adecvate de consiliere socioprofesională, oferite indivizilor, grupurilor, comunităților sau organizațiilor, cu scopul de a rezolva problemele și de a facilita comunicarea; ● Utilizează aplicații software pentru compunerea, editarea și formatarea oricărui tip de material scris sau compunerea și editarea de materiale audiovizuale. RESPONSABILITATE ȘI AUTONOMIE ● Produce un conținut sau produs media în vederea difuzării/publicării pe unul sau mai multe canale sau platforme, utilizând media (text, fotografie, audio sau video) separate sau în conjuncție în contextual realizării unui proiect profesional; ● Redactează și editează textele originale de natură creative, jurnalistice, promoționale, publicitare, de promovare instituțională, funcționale, tehnice sau academice; ● Evaluează responsabil impactul social, cultural și democratic al mesajelor mediatice; ● Manifestă reflexivitate critică și integritate în analiza și interpretarea fenomenelor media; ● Demonstrează capacitatea de a formula propuneri aplicative (ex. campanii de informare, intervenții media) pentru îmbunătățirea sistemului mediatic și sprijinirea valorilor democratice; ● Lucrează autonom și/sau în echipă pentru realizarea de proiecte aplicative privind rolul media în societatea contemporană.

8. Conținuturi		
8.1. Curs	Metode de predare	Observații
Cursul 1. Ce este discursul public? O perspectivă instrumentală în înțelegerea discursului public	Predare interactivă și dezbateri (prelegere, demonstrație, studii de caz, exercițiu)	



Cursul 2. Interacțiunea imagine-text în prezentările cu suport vizual	Predare interactivă și dezbateri (prelegere, demonstrație, studii de caz, exercițiu)	
Cursul 3. Relația orator-auditoriu. Rolul umorului în adresarea publică	Predare interactivă și dezbateri (prelegere, demonstrație, studii de caz, exercițiu)	
Cursul 4. Retorica clasică și modurile persuasiunii. Tipuri de discursuri: improvizat, informativ și persuasiv	Predare interactivă și dezbateri (prelegere, demonstrație, studii de caz, exercițiu)	
Cursul 5. Situația retorică - un cadru teoretic pentru gestionarea situațiilor de discurs public	Predare interactivă și dezbateri (prelegere, demonstrație, studii de caz, exercițiu)	
Cursul 6. Gestionarea emoțiilor. Tehnici psihologice de reducere a tracului de a vorbi în public și de implicare a auditoriului	Predare interactivă și dezbateri (prelegere, demonstrație, studii de caz, exercițiu)	
Cursul 7. Depășirea situațiilor dificile ivite pe parcursul prezentării. Tipuri de structuri pentru prezentări	Predare interactivă și dezbateri (prelegere, demonstrație, studii de caz, exercițiu)	

Bibliografie curs:

- Bitzer, L. F. (1999). The rhetorical situation in (eds.) Lucaites, Condit & Caudill: *Contemporary Rhetorical Theory: a Reader*, New York, London: Guilford Press; (publicat original în *Philosophy and Rhetoric*, 1 (1968): 1-18).
- Bitzer, L. F. (1980). Functional communication: A situational perspective. *Rhetoric in transition: Studies in the nature and uses of rhetoric*, 21-38.
- Black, E. (1999). The Second Persona in (eds.) Lucaites, Condit & Caudill: *Contemporary Rhetorical Theory: a Reader*, New York, London: Guilford Press.
- Dewberry, David R. (2022). *Advanced Public Speaking. Theory and Techniques Based on the Rhetorical Canons*. San Diego: Cognella.
- Hatton, A. (2008). *Prezentarea în business. Cum să-ți reprezinți cu succes compania și oferta*. București: Editura All.
- Hennessey, A. (2019). *Your Guide to Public Speaking: Build Your Confidence, Find Your Voice, and Inspire Your Audience*. Adams Media.
- Lucas, S.E. (2014). *Arta de a vorbi în public*. Traducere de Miruna Andriescu. Iași: Polirom.
- Sălăvăstru, C. (2010). *Mic tratat de oratorie*. Iași: Editura Universității Alexandru Ioan Cuza.
- Selzer, J. (1992). More Meanings of Audience in (eds.) White, Nakadate & Cherry: *A Rhetoric of doing: essays on written discourse in honor of James L. Kinneavy*. SIU Press.
- Vatz, R. E. (1999). The Myth of the Rhetorical Situation in (eds.) Lucaites, Condit, Caudill: *Contemporary Rhetorical Theory: a Reader*, New York, London: Guilford Press; (publicat original în *Philosophy and Rhetoric*, 6 (1973): 3-21).

8.2. Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
------------------------	-------------------	------------

Seminarul 1. Seminar introductiv și administrativ	Prezentarea cursului și a obiectivelor acestuia; Prezentarea tematicii cursurilor, a bibliografiei și a modalității de desfășurare a activităților în cadrul seminarelor Prezentarea modalității de evaluare finală.	
Seminarul 2. Organizarea informației și ilustrarea ideilor în realizarea unei prezentări cu suport vizual (powerpoint, keynote, prezi, canva)	Predare interactivă, dezbateri argumentative între grupuri de studenți și aplicații	
Seminarul 3. Comportament adecvat pentru impact maxim al discursului public - comportament nonverbal	Predare interactivă, dezbateri argumentative între grupuri de studenți și aplicații	
Seminarul 4. Registre stilistice în discursul public	Predare interactivă, dezbateri argumentative între grupuri de studenți și aplicații	
Seminarul 5. Discursul în situație: interacțiune în situația retorică - a adresa întrebări, obiecții, observații critice	Predare interactivă, dezbateri argumentative și studii de caz; Prezentări de echipă (cu suport vizual), susținute prin contribuția tuturor membrilor echipei; Participarea activă la activități și evaluarea în sistem colegial a prezentărilor.	
Seminarul 6. Comportament adecvat pentru impact maxim al discursului public – comportament verbal și paraverbal	Predare interactivă, dezbateri argumentative și studii de caz; Prezentări de echipă (cu suport vizual), susținute prin contribuția tuturor membrilor echipei; Participarea activă la activități și evaluarea în sistem colegial a prezentărilor.	
Seminarul 7. Depășirea situațiilor dificile ivite pe parcursul prezentării	Predare interactivă, dezbateri argumentative și studii de caz; Prezentări de echipă (cu suport vizual), susținute prin contribuția tuturor membrilor echipei; Participarea activă la activități și evaluarea în sistem colegial a prezentărilor.	
Bibliografie seminar: - Chelcea, S., Ivan, L., Chelcea A. (2005). <i>Comunicarea nonverbală: gesturile și postura. Cuvintele nu sunt de-ajuns</i>. București: Editura comunicare.ro - Pease, A., Pease, B. (2005). <i>The definitive book of body language: How to read others thoughts by their gestures</i>. Buderim: Pease International.		

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

Aspectele discutate în cadrul cursurilor și activităților de seminar sunt astfel concepute încât să poată răspunde atât tendințelor actuale din mediul academic, cât și nevoilor identificate în mediile profesionale actuale. În acest sens, studiile de caz, exercițiile aplicative și jocurile de rol vor permite studenților să-și perfecționeze competențele necesare îndeplinirii sarcinilor de public speaking. Toate aceste elemente au rolul de a stimula analiza critică și contextuală a activității de public speaking și de a familiariza studentul cu practici cât mai diverse din acest domeniu, prin însușirea unei părți a cunoștințelor și abilităților necesare unui public speaker într-un mediu care pune, tot mai mult, accentul pe necesitatea existenței și dezvoltării abilităților de a vorbi liber în public.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4. Curs	Gradul de însușire și corectitudinea utilizării cunoștințelor prezentate la curs și seminar	Verificare. Evaluarea finală se va face prin intermediul unei înregistrări video filmată fără întrerupere și needitată, având o durată de minim 5 și maxim 7 minute, înregistrare care va conține prezentarea unei teme dintre cele aflate la dispoziție pe platforma on-line a SNSPA. Înregistrarea video va putea fi făcută atât cu telefonul, cât și cu orice alt echipament de înregistrare, iar prezentarea va fi evaluată după următoarele criterii: 1. Structura, claritatea și logica prezentării; 2. Captarea atenției; 3. Cunoașterea subiectului; 4. Vocabularul folosit; 5. Încrederea în sine; 6. Gestionarea emoțiilor; 7. Gesturile și postura; 8. Tonul și ritmul vocii; 9. Contactul vizual; 10. 1 punct din oficiu. Prezentarea va fi trimisă până la finalul zilei de examen stabilite conform calendarului sesiunii, într-un format video accesibil, pe adresa de email marius.romascanu@comunicare.ro. Fisierul va avea obligatoriu denumirea:	70%



		TDP_Evaluare_finală_2026_Nume_Prenume	
10.5 Seminar	Gradul și calitatea implicării în discuțiile și activitățile din cadrul seminarului și cursului	Evaluare continuă pe parcursul semestrului	30%
10.6 Standard minim de performanță:			
Obținerea notei 5 la verificarea finală. Definirea corectă a conceptelor de bază asociate fiecăreia dintre temele care aparțin prezentului curs.			

Data completării
1.10.2025

Titular curs:
Lector univ. dr. Marius C. Romașcanu

Titular seminar:
Lector univ. dr. Marius C. Romașcanu

Aviz Consiliul Departamentului de Comunicare,
Conf. univ. dr. Loredana Vladu

Decan FCRP,
Prof. univ. dr. Alina Bârgăoanu



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program	
1.1 Instituția de învățământ superior	SNSPA
1.2 Facultatea / Departamentul	Comunicare și Relații Publice
1.3 Departamentul	Comunicare
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	Comunicare și Relații Publice

2. Date despre disciplină									
2.1 Denumirea disciplinei	Teoria comunicării								
2.2 Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Denisa-Adriana Oprea								
2.3 Titularul activităților de seminar	Conf. univ. dr. Georgiana Udrea								
2.4 Anul de studiu	1	2.5 Semestrul	1	2.6 Tipul de evaluare	Examen	2.7 Regimul disciplinei	DF		

3. Timpul total estimat (ore pe semestru pentru activitățile didactice)								
3.1 Număr de ore pe săptămână	5	din care:	2	3.3 seminar	1	3.4 laborator/activități practice	2	
3.5 Total ore din planul de învățământ	70	din care:	28	3.7 seminar	14	3.8 laborator/activități practice	28	
Distribuția fondului de timp							Ore	
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe							20	
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren							10	
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri							20	
Tutoriat							5	
Pregătire examinări							20	
Alte activități.....							5	
3.7 Total ore studiu individual	80							
3.8 Total ore din planul de învățământ	70							
3.9 Total ore pe semestru	150							
3. 10 Numărul de credite	6							

4. Precondiții (acolo unde este cazul)	
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	Sala de curs cu videoproiector
5.2. de desfășurare a seminarului	Sala de curs cu videoproiector

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	În urma participării la cursurile acestei discipline, studenții (își) vor putea: ● utiliza concepte fundamentale din teoria comunicării ● operaționaliza și aplica idei și concepte asociate fiecărei teorii abordate, pentru înțelegerea situațiilor concrete de comunicare ● evalua critic situațiile problematice apărute în contexte de comunicare și propune soluții pe baza teoriilor studiate ● dezvolta capacitatea comparativă și integrativă, astfel încât să poată identifica relațiile (de convergență/divergență) dintre teorii ● forma gândirea critică și reflexivă, prin raportarea avantajelor și limitelor teoriilor studiate la probleme actuale de comunicare (rolul rețelelor sociale, comunicarea politică, campanii de imagine, comunicare interculturală etc.)
Competențe transversale	În urma participării la cursurile acestei discipline, studenții vor putea: ● evalua în mod critic informațiile și sursele acestora ● gândi analitic și critic ● identifica și gestiona blocaje de comunicare ● utiliza tehnici și strategii de comunicare

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

7.1 Obiectiv general	Cursul are drept obiectiv principal familiarizarea studenților cu aparatul conceptual specific domeniului teoriei comunicării, accentuând în același timp legătura strânsă dintre teoriile studiate și modul în care acestea pot fi utilizate pentru înțelegerea și gestionarea situațiilor concrete de comunicare.
7.2 Obiective specifice	● cunoașterea și înțelegerea principalelor tipuri de comunicare (în funcție de numărul de participanți la situația de comunicare și de tipul feedback-ului): interpersonală; de grup, organizațională și publică; de masă și auto-comunicare de masă; interculturală ● înțelegerea (și operarea cu) conceptului de teorie (a comunicării) ● cunoașterea și înțelegerea principalelor tradiții în teoria comunicării (retorică, semiotică, fenomenologică, socioculturală, sociopsihologică, cibernetică, critică) ● cunoașterea și înțelegerea teoriilor reprezentative asociate tradițiilor enumerate mai sus ● exemplificarea tradițiilor studiate și a teoriilor aferente prin referire la situații de comunicare (din viața de zi cu zi, din filme, literatură, social media etc.) ● interpretarea mesajelor și a situațiilor de comunicare (din viața de zi cu zi, din filme, literatură, social media etc.) prin intermediul teoriilor studiate
7.3. Rezultatele învățării	CUNOȘTINȚE ● înțelegerea noțiunii de tip de comunicare ● înțelegerea conceptului de teorie și a ideii de tradiție în teoria comunicării ● cunoașterea principalelor tradiții în teoria comunicării ● cunoașterea principalelor teorii asociate fiecărei tradiții



	ABILITĂȚI • operaționalizarea (sau „punerea la lucru”, în situații concrete de comunicare) conceptelor asociate fiecărei teorii • interpretarea/rezolvarea situațiilor concrete de comunicare prin prisma teoriilor învățate • gândirea critică RESPONSABILITATE ȘI AUTONOMIE • studierea autonomă a bibliografiei aferente cursului și seminarului și interpretarea critică a acesteia • formarea unor reacții responsabile și autonome în judecarea situațiilor concrete de comunicare, pornind de la teoriile învățate la curs • colaborarea eficientă și responsabilă în cadrul echipelor de proiect de la seminar • gestionarea autonomă a sarcinilor complexe din cadrul echipelor de proiect de la seminar
--	---

8. Conținuturi		
8.1. Curs	Metode de predare	Observații
Cursul 1. Definiții și tipologii ale comunicării	expunere, dialog	
Cursul 2. Tradiții în teoria comunicării	prelegere plecând de la tematica propusă pentru curs; materiale didactice: prezentare power point – dialog cu studenții pe problematica teoretică a cursului	
Cursul 3. Comunicarea interpersonală: interacționismul simbolic	prelegere plecând de la tematica propusă pentru curs; materiale didactice: prezentare power point – dialog cu studenții pe problematica teoretică a cursului	
Cursul 4. Comunicarea interpersonală: perspectiva interacțională; teoria reducerii incertitudinii	prelegere plecând de la tematica propusă pentru curs; materiale didactice: prezentare power point – dialog cu studenții pe problematica teoretică a cursului	
Cursul 5. Comunicarea interpersonală: gestionarea coordonată a înțeleșului	prelegere plecând de la tematica propusă pentru curs; materiale didactice: prezentare power point – dialog cu studenții pe problematica teoretică a cursului	
Cursul 6. Comunicarea interpersonală: dialectica relațională	prelegere plecând de la tematica propusă pentru curs; materiale didactice: prezentare	



	power point – dialog cu studenții pe problematica teoretică a cursului	
Cursul 7. Comunicarea publică: dramatismul	prelegere plecând de la tematica propusă pentru curs; materiale didactice: prezentare power point – dialog cu studenții pe problematica teoretică a cursului	
Cursul 8. Comunicarea organizațională: teoria critică a comunicării în organizații	prelegere plecând de la tematica propusă pentru curs; materiale didactice: prezentare power point – dialog cu studenții pe problematica teoretică a cursului	
Cursul 9. Comunicarea de masă: ecologia media	prelegere plecând de la tematica propusă pentru curs; materiale didactice: prezentare power point – dialog cu studenții pe problematica teoretică a cursului	
Cursul 10. Comunicarea de masă: utilizări și gratificații; teoria cultivării	prelegere plecând de la tematica propusă pentru curs; materiale didactice: prezentare power point – dialog cu studenții pe problematica teoretică a cursului	
Cursul 11. Auto-comunicarea de masă: identitatea socială, gestionarea impresiei și social media	prelegere plecând de la tematica propusă pentru curs; materiale didactice: prezentare power point – dialog cu studenții pe problematica teoretică a cursului	
Cursul 12. Comunicarea interculturală: teoria grupurilor amuțite	prelegere plecând de la tematica propusă pentru curs; materiale didactice: prezentare power point – dialog cu studenții pe problematica teoretică a cursului	
Cursul 13. Comunicarea interculturală: teoria negocierii feței	prelegere plecând de la tematica propusă pentru curs; materiale didactice: prezentare power point – dialog cu studenții pe problematica teoretică a cursului	
Cursul 14. Recapitulare	discuție; sistematizare a principalelor aspecte abordate de-a lungul semestrului	



Bibliografie

- Berger, G.R. & Calabrese, R. (1975). Some Explorations in Initial Interaction and Beyond: Toward a Developmental Theory of Interpersonal Communication. *Human Communication Research*, 1, 99-112.
- Burke, K. (1968). Dramatism. In Sills, D. L. (ed.), *The International Encyclopedia of the Social Sciences* (vol. 7, pp. 445-451). New York.
- Castells, M. ([2015]2009). *Comunicare și putere*. Comunicare.ro (traducere din limba spaniolă de Veronica Tomescu) (Cap. 2, Comunicarea în era digitală, p. 54-136).
- Deetz, S. (1992). *Democracy in an Age of Corporate Colonization. Developments in Communication and the Politics of Everyday Life*. SUNY Press.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., Signorielli (1986). Living with televisions. The Dynamics of the Cultivation Process. In *Perspectives on Media Effects* (pp. 17-40). Lawrence Erlbaum.
- Griffin, E. ([2019]1997). *O perspectivă asupra teoriilor comunicării*. Editura Universității de Vest (traducere din limba engleză de Georgiana Oana Gabor și Cosmin-Constantin Băiaș).
- Katz, E., Blumler, J.G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and Gratifications Research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509-523.
- Kramarae, C. (1981). *Women and Men Speaking*, Rowley, MA (pp. v-ix, 1-63).
- Mead, G.H. (1962). *Mind, self and society: from the standpoint of a social behaviorist* / ed. and with an introd. by Charles W. Morris, University of Chicago (Cap. II, Meaning, p. 75-82; Cap. III, The Self, p. 135-226).
- Oprea, D.-A., & Udrea, G. (2025). *Teorii ale comunicării. Dinamici și tendințe*. Comunicare.ro
- Pearce, W. B. (2005). The coordinated management of meaning (CMM). In *Theorizing about intercultural communication* (pp. 35-54). Sage.
- Picone, I. (2015). Impression management in social media. In *The international encyclopedia of digital communication and society*, 36, 469-476.
- ***, Playboy Interview: Marshall McLuhan, A Candid Conversation with the High Priest of Popcult and Metaphysician of Media. *Playboy Magazine*, March, ([1995]1969), reprinted in *Essential McLuhan* (pp. 233-269). Basic Books.
- Ting-Toomey, S. (2005). The Matrix of Face: An Updated Face-Negotiation Theory. In *Theorizing about intercultural communication* (pp. 71-92). Sage.
- Watzlawick, P., Beavin, J., & Jackson, D. (2017[1967]). Some tentative axioms of communication. In *Communication theory* (pp. 74-80). Routledge.

8.2. Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
Seminarul 1. Prezentarea temelor abordate și a modalităților de evaluare	Exerciții, discuții	
Seminarul 2. Tradiții în teoria comunicării	Exerciții, discuții	
Seminarul 3. H. Blumer: Interacționismul simbolic	Exerciții, discuții	
Seminarul 4. L. Baxter: Dialectica relațională	Exerciții, discuții	
Seminarul 5. Prezentarea proiectelor realizate de studenți	Prezentare, discuții critice	
Seminarul 6. Prezentarea proiectelor realizate de studenți	Prezentare, discuții critice	
Seminarul 7. Recapitulare	Exerciții	

Bibliografie:

- Baxter, Leslie A. (2004). Relationships as Dialogues. *Personal Relationships*, 11, 1-22.
- Blumer, H. (1969). *Symbolic Interactionism. Perspective and Method* (pp. 1-21). Prentice-Hall.
- Craig, R. T. (1999). Communication Theory as a Field. *Communication Theory*, 9(2) 119-161.
- Lester, J. D. & Lester, J. D. Jr. (2014). *Writing Research Papers: A Complete Guide*. Pearson (15th Edition)



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

Disciplina este elaborată pe baza unor manuale și materiale cu caracter științific și recunoscute internațional, iar majoritatea tematicilor tratate în cadrul cursului și seminariilor se înscriu în preocupările actuale în domeniul teoriei comunicării.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4. Curs	Cunoașterea și aplicarea conținutului tematic al cursurilor	Examen scris (grilă+item deschis)	50%
10.5 Seminar	Capacitatea de a elabora un proiect bazat pe aplicarea unei teorii Capacitatea de a aplica o metodă de cercetare specifică științelor comunicării	Proiect (susținut oral + formă scrisă)	50% (din nota finală la seminar)
		Activitate la seminar (<i>participare activă la discuții, rezolvarea aplicațiilor/ exercițiilor propuse, încurajarea unor intervenții critice vizavi de proiectele de echipă elaborate de colegi</i>)	35% (din nota finală la seminar)
		Prezență la seminar	15% (din nota finală la seminar) NB: Pentru a promova, este necesară prezența la minim 4 întâlniri de seminar
10.6 Standard minim de performanță:			
Obținerea notei 5 la examen și la proiectul de echipă.			

Data completării
1.10.2025

Titular curs
Conf. univ. dr. Denisa-Adriana Oprea

Titular seminar
Conf. univ. dr. Georgiana Udrea

Aviz Consiliul Departamentului de Comunicare
Conf. univ. dr. Loredana Vladu

Decan FCRP
Prof. univ. dr. Alina Bargaoanu



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program			
1.1 Instituția de învățământ superior	SNSPA		
1.2 Facultatea / Departamentul	Comunicare și Relații Publice		
1.3 Departamentul	Comunicare		
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării		
1.5 Ciclul de studii	Licență		
1.6 Programul de studii/Calificarea	Comunicare și Relații Publice		

2. Date despre disciplină							
2.1 Denumirea disciplinei	Teoria organizațiilor						
2.2 Titularul activităților de curs	Lect. Univ. Dr. Cătălina Cicei						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. Univ. Dr. Cătălina Cicei						
2.4 Anul de studiu	1	2.5 Semestrul	2	2.6 Tipul de evaluare	Examen	2.7 Regimul disciplinei	DS

3. Timpul total estimat (ore pe semestru pentru activitățile didactice)							
3.1 Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar	1	3.4 laborator/activități practice	-
3.5 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.6 curs	28	3.7 seminar	14	3.8 laborator/activități practice	-
Distribuția fondului de timp							Ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe							18
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren							35
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri							30
Tutoriat							
Pregătire examinare							
Alte activități.....							
3.7 Total ore studiu individual	83						
3.8 Total ore din planul de învățământ	42						
3.9 Total ore pe semestru	125						
3. 10 Numărul de credite	5						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)	
4.1 de curriculum	● Nicio disciplină nu este obligatorie
4.2 de competențe	● Cursul este destinat în principal studenților din domeniile științelor comunicării, dar este deschis participării și studenților din cadrul altor specializări



5. Condiții (acolo unde este cazul)	
5.1. de desfășurare a cursului	• Nu este cazul.
5.2. de desfășurare a seminarului	• Pregătirea temelor de seminar pentru prezentări.

6. Competențele specifice acumulate	
Competențe profesionale	Prin participarea la cursurile acestei discipline, studenții vor dobândi următoarele cunoștințe și abilități specifice: • Analizarea principalelor tipologii și structuri organizaționale; • Interpretarea variatelor procese și fenomene organizaționale; • Explicarea particularităților diferitelor tipuri de culturi organizaționale; • Examinarea integrativă a organizației, din perspectiva particularităților structurale, de funcționare și comunicare; • Aplicarea noțiunilor și clasificărilor asimilate, în context organizațional real; • Identificarea aspectelor disfuncționale și propunerea de soluții eficiente în direcția stimulării capacității adaptative a unei organizații; • Rezolvarea în mod realist - cu argumentare atât teoretică, cât și practică - a unor situații profesionale uzuale.
Competențe transversale	Prin participarea la cursurile acestei materii, studenții vor dobândi următoarele cunoștințe și abilități specifice: • Aplicarea de tehnici de muncă eficientă în echipă cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice; • Examinarea de situații organizaționale concrete prin intermediul unor metode participative de lucru (dezbatere, simulări, jocuri de rol); • Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii; • Construirea de rețele profesionale și dezvoltarea propriului potențial profesional
7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)	
7.1 Obiectiv general	Cursul de „Teoria Organizațiilor” este conceput astfel încât să permită studenților asimilarea unui cadru conceptual și metodologic solid, specific științelor organizaționale. Obiectivele generale ale cursului vizează, astfel: asimilarea paradigmatelor și orientărilor relevante care sunt circumscrise teoriei organizaționale, familiarizarea cu principiile de funcționare ale unei organizații moderne, dar și analiza integrativă a organizației, din perspectiva particularităților structurale, de funcționare și comunicare.
7.2 Obiective specifice	Obiectivele specifice vizează familiarizarea cu tendințele actuale asociate evoluției organizațiilor, cu tipologiile și formele de organizare, înțelegerea specificului unor constructe precum: leadership, diferențe individuale la locul de muncă sau cultură organizațională, dar și echiparea studenților cu abilități care să crească angajabilitatea acestora și să le faciliteze inserția profesională.
7.3. Rezultatele învățării	Cunoștințe • Explică principalele caracteristici structurale și funcționale ale organizațiilor contemporane, aplicabile activităților din domeniile comunicării și relațiilor publice și publicității • Identifică constructe, procese și fenomene specifice (leadership, colaborare și muncă în echipă, cultură organizațională) organizațiilor contemporane. • Reproduce concepte fundamentale referitoare la teorii și modele



	organizaționale aplicabile domeniilor comunicării și relațiilor publice și publicității. • Identifică seturi de caracteristici și abilități utile dezvoltării profesionale, creșterii angajabilității și inserției profesionale în domeniul comunicării și relațiilor publice și publicității Aptitudini • Analizează critic conținuturi utilizând grile și instrumente teoretice din literatura de specialitate • Construiește modele de interpretare și instrumente de analiză aplicabile situațiilor reale din organizații contemporane • Redactează și prezintă rapoarte aplicative și demonstrează capacitatea de a formula propuneri aplicative pentru îmbunătățirea variatelor particularități structurale sau funcționale dintr-o organizație Responsabilitate și autonomie • Manifestă reflexivitate și se implică activ în procese de dezvoltare profesională și personală. • Inițiază legături cu alte persoane și colaborează cu acestea direct sau prin intermediul instrumentelor digitale; • Colaborează cu alte persoane în cadrul unor echipe pentru a rezolva probleme profesionale specifice • Gestionează evidența persoanelor din rețeaua profesională proprie și rămâne informat/ă cu privire la activitățile lor.
--	---

8. Conținuturi			
8.1. Curs		Metode de predare	Observații
1.	Teoria organizațiilor: o perspectivă de ansamblu.	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
2.	Organizațiile: definiții și clasificări.	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
3.	O analiză structurală a organizațiilor.	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
4.	Munca și organizațiile în secolul al 21-lea.	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
5.	Abilități ale secolului al 21-lea (21st century skills) la locul de muncă	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
6.	Leadership în organizații.	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
7.	Comunicare managerială: exerciții și jocuri de rol.	Prelegere, exerciții și jocuri de rol	NA
8.	Grupuri și echipe de muncă.	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
9.	Diferențe individuale la locul de muncă.	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
10.	Comportament organizațional.	Prelegere, discuții, dezbateri	NA



11. Cultură organizațională.	Prelegere, discuții, NA dezbateri
12. Sănătate și stare de bine la locul de muncă.	Prelegere, discuții, NA dezbateri
13. Angajabilitate și marketing personal.	Prelegere, discuții, NA dezbateri
14. Recapitulare.	Recapitulare NA
Bibliografie: - Avram, E și Cooper, C. L. (Eds.) (2008). <i>Psihologie organizațional-managerială. Tendințe actuale</i>, Iași: Polirom. - Iacob, D. & Cismaru, D. (2010). <i>Organizația inteligentă</i>. București: Comunicare.ro - Landy, F. J., & Conte, J. M. (2013). <i>Work in the 21st Century: An Introduction to Industrial and Organizational Psychology</i> (Fourth Edition). Hoboken, NJ: Wiley. - Spector, P. E. (2021). <i>Industrial and Organizational Psychology</i>. 8th edition, New York : John Wiley & Sons.8th	

8.2. Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Seminar introductiv: Ce sunt organizațiile?	Prezentarea planului seminarului și a evaluării (Syllabus și discuții privind domeniul). Exercițiu	NA
2. O analiză structurală a organizațiilor.	Aplicații și studii de caz	NA
3. Abilități ale secolului 21 (21-st century skills) la locul de muncă	Aplicații și studii de caz.	NA
4. Leadership în organizații	Exerciții și studii de caz	NA
5. Angajabilitate și marketing personal.	Studii de caz.	NA
6. Prezentări de echipă	Susțineri de prezentări.	NA
7. Prezentări de echipă	Susțineri de prezentări.	NA

Bibliografie:

- Blomberg, J. (2020). *Organization Theory: Management and Leadership Analysis*. SAGE.
- Holmes, K. (2017). *What Employers Want: The Employability Skills Handbook*. Trotman Education
- Northouse, P. G. (2016). *Leadership: Theory and practice* (7th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Rios, J. A., Ling, G., Pugh, R., Becker, D., & Bacall, A. (2020). Identifying Critical 21st-Century Skills for Workplace Success: A Content Analysis of Job Advertisements. *Educational Researcher*, 49(2), 80-89.
- Soto, C. J., Napolitano, C. M., & Roberts, B. W. (2021). Taking skills seriously: Toward an integrative model and agenda for social, emotional, and behavioral skills. *Current Directions in Psychological Science*, 30(1), 26-33.
- Tolbert, P.S. & Hall, R. (2009). *Organizations: Structures, Processes, and Outcomes*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.



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

Disciplina este elaborată pe baza unor manuale și materiale de cercetare din domeniu recunoscute la nivel național și internațional. Majoritatea tematicilor tratate în cadrul cursului și seminariilor se înscriu în plaja de actualitate a nevoilor și intereselor de studiu și cercetare în domeniu. Conținutul este în concordanță cu nevoile angajatorilor din domeniul comunicării și publicității, stimulând creșterea angajabilității și a inserției profesionale.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4. Curs	Răspunsuri corecte și complete, conform cerințelor	Examen scris	60%
10.5 Seminar	Îndeplinirea cerințelor, în conformitate cu syllabus-ul.	Proiect de echipă	40%
10.6 Standard minim de performanță:			
Obținerea notei 5 la examen și la proiectul de echipă.			

Data completării
01.10.2025

Titular curs
Lector univ. dr. Cătălina Cicei

Titular seminar
Lector univ. dr. Cătălina Cicei

Aviz Consiliul Departamentului de Comunicare
Conf. univ. dr. Loredana Vladu

Decan FCRP
Prof. univ. dr. Alina Bargaoanu