



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	Antropologie politică						
2.2 Titularul activităților de curs	Conferențiar universitar dr. Sebastian Fitzek						
2.3 Titularul activităților de seminar	Conferențiar universitar dr. Sebastian Fitzek						
2.4 Anul de studiu	3	2.5 Semestrul	5	2.6 Tipul de evaluare	Verificare	2.7 Regimul disciplinei	DC

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							15
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri							20
Tutoriat							0
Pregătire examinări							20
Alte activități.....							3
3.9 Total ore studiu individual	83						
3.10 Total ore din planul de învățământ	42						
3.11 Total ore pe semestru	125						
3.12 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 lecturilor și a fișelor de seminar; realizarea sarcinilor aplicative și respectarea termenelor.

6. Competențele specifice acumulate	
Competențe profesionale	- Identifică principalele paradigme și autori ai antropologiei politice și explică conceptele cheie (putere, stat, legitimitate, ritual, simbol). - Analizează fenomene politice contemporane (naționalism, populism, violență, terorism) prin instrumente antropologice și studii de caz. - Utilizează lecturi academice și date calitative (observație, discurs, studiu de caz) pentru a construi interpretări argumentate. - Elaborează un eseu academic scurt (stil APA 7), cu structură logică și bibliografie relevantă.
Competențe transversale	- Gândire critică și reflexivitate; sensibilitate față de diversitate culturală și diferențe de perspectivă. - Comunicare scrisă și orală; prezentarea și susținerea argumentelor în mod coerent. - Lucru în echipă, respectarea termenelor și feedback constructiv.
7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)	
7.1 Obiectiv general	Dezvoltarea capacității de analiză antropologică a politicului și de interpretare a simbolurilor, ritualurilor și instituțiilor politice în contexte contemporane, relevante pentru comunicare politică și relații publice.
7.2 Obiective specifice	- Clarificarea conceptelor și a cadrelor teoretice majore din antropologia politică. - Aplicarea grilei antropologice pe studii de caz (discurs, imagini, ceremonii, controversate publice). - Dezvoltarea competențelor de lectură academică, sinteză și argumentare critică. - Elaborarea unui eseu individual și a unor intervenții orale în seminar.
7.3. Rezultatele învățării	CUNOȘTINȚE: - Definește concepte și teorii centrale din antropologia politică și le poziționează istoric. - Descrie rolul simbolurilor, ritualurilor și instituțiilor în producerea legitimității politice. ABILITĂȚI: - Analizează un studiu de caz (eveniment, discurs, campanie, ritual public) utilizând instrumente antropologice.



- Sintetizează lecturi academice și formulează argumente susținute de evidențe și bibliografie.
 - Redactează un text academic concis (APA 7) și îl susține prin prezentare/discuție.
- RESPONSABILITATE ȘI AUTONOMIE:
- Realizează analize cu respect pentru diversitate culturală, evitând stereotipurile și reducăționismul.
 - Lucrează autonom la proiect/eseu, respectând integritatea academică (citare, originalitate).
 - Își gestionează timpul și sarcinile, contribuind constructiv în activități de grup.

8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Observații
Cursul 1. Obiectul și semnificația antropologiei politice. Noțiuni-cheie: putere, autoritate, legitimitate, stat.	Prelegere interactivă; discuție ghidată; mini-studiu de caz (eveniment politic).	—
Cursul 2. Școli, teorii și curente: de la evoluționism și funcționalism la interpretativ, post-colonial și decolonial.	Prelegere; hartă conceptuală; discuție pe lecturi.	—
Cursul 3. Metode și etică: etnografie, observație, interviu, analiza discursului; reflexivitate și poziționare.	Prelegere; demonstrație (fișă de observație); exercițiu scurt pe material media.	—
Cursul 4. Geneza formelor și instituțiilor politice: putere fără stat, șefie, segmentaritate; ordinea socială.	Prelegere; studiu de caz comparativ; discuție.	—
Cursul 5. Religie și putere: sacru, ritual, legitimitate; autoritate carismatică și tradițională.	Prelegere; analiză de caz (ritualuri politice); discuție.	—
Cursul 6. Simbolica politică: mituri, imagini, imaginar colectiv; producerea sensului politic.	Prelegere; analiză vizuală; exercițiu de interpretare.	—
Cursul 7. Teatralizarea politicului: performativitate, ceremonii, statul-spectacol; emoții și afect politic.	Prelegere; analiză de secvențe video; discuție.	—
Cursul 8. Agresivitate și violență: control social, război, pacificare; violență simbolică și materială.	Prelegere; studiu de caz; dezbateri.	—



Cursul 9. Terorismul politic și securitizarea: frică, media, legitimitatea excepției; politici ale riscului.	Prelegere; analiză media; discuție pe caz.	—
Cursul 10. Națiune și naționalism: comunități imaginate, identități, ritualuri naționale; europenizare.	Prelegere; analiză de discurs; studiu de caz.	—
Cursul 11. Etnocentrism, rasism și alteritate: colonialitate, stereotipuri, excluziune; eticșa reprezentării.	Prelegere; analiză de texte/caz; discuție reflexivă.	—
Cursul 12. Antropologia statului și a birocratiei: guvernamentalitate, instituții, tehnici de putere; politici publice.	Prelegere; studiu de caz instituțional; discuție.	—
Cursul 13. Antropologia protestului și a mișcărilor sociale: activism, rețele, spațiu public; mobilizare.	Prelegere; studiu de caz; lucru pe grupuri.	—
Cursul 14. Antropologia politică a mediilor digitale: platforme, memetic politics, vizualități; recapitulare și ghid pentru eseu.	Prelegere; analiză de conținut digital; workshop (structură eseu).	—

Bibliografie:

- Frigioiu, N. (2009). Antropologie politică. Editura Tritonic.
- Balandier, G. (1974). Anthropologie politique. Presses Universitaires de France.
- Kertzer, D. I. (1988). Ritual, Politics and Power. Yale University Press.
- Mbembe, A. (2019). Necropolitics. Duke University Press.
- Fitzek, S. (2020). Sacral și puterea politică. Abordări psihosociale ale imaginarului colectiv. București: Pro Universitaria.
- Frigioiu, N. (2007). Puterea Imaginii și Imaginarul Puterii. În Politologie și doctrine politice, vol. 2. București: Editura Economică.

8.2. Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
Seminarul 1. Obiectul și semnificația antropologiei politice (discuție pe lecturi).	Discuție ghidată; fișă de lectură; clarificări conceptuale.	—
Seminarul 2. Religie și putere (studiu de caz: ritualuri și legitimitate).	Discuție pe text; analiză de caz; mini-prezentări.	—
Seminarul 3. Simbolica politică: mituri și imagini politice.	Analiză vizuală; discuție; exercițiu de interpretare.	—
Seminarul 4. Teatralizarea politicului: statul-spectacol și performativitate.	Analiză video; dezbatere; scurtă prezentare de grup.	—
Seminarul 5. Agresivitate și violență: forme, justificări și control social.	Dezbatere; studiu de caz; reflecție etică.	—



Seminarul 6. Terorismul politic și securitizarea: narațiuni, media și reacții publice.	Analiză media; discuție pe caz; exercițiu de sinteză.	—
Seminarul 7. Etnocentrism și rasism: alteritate, stereotipuri și politici de excludere.	Analiză de discurs; discuție reflexivă; fișă de concluzii.	—

Bibliografie:

- Girardet, R. (1997). Mituri și mitologii politice. Institutul European.
- Sfez, L. (2002). Simbolica politică. Institutul European.
- Lapierre, J. W. (1997) Viață fără stat. Eseu asupra puterii politice și inovației sociale, Iași, Institutul European
- Cassirer, E. (2001), Mitul statului, Iași, Editura Institutul European, pp.23-78
- Clastres, P. (1995), Societatea contra statului. Studii de antropologie politică, București, Editura Ararat
- Greenhouse, C. J. (2017). Political Anthropology. The International Encyclopedia of Anthropology. <https://doi.org/10.1002/9781118924396.wbiea1987>

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

Disciplina contribuie la formarea competențelor programului CRP prin dezvoltarea înțelegerii contextelor socio-politice ale comunicării, a gândirii critice și a capacității de interpretare a simbolurilor/ritualurilor publice. Conținuturile și activitățile sunt corelate cu cerințele pieței muncii în comunicare (analiza discursului, comunicare politică, managementul controverselor) și cu rezultatele învățării (cunoștințe–abilități–responsabilitate/autonomie).

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4. Curs	Calitatea eseului (structură, argumentare, utilizare bibliografie, originalitate, stil APA 7).	Lucrare scrisă (eseu) + verificare antiplagiat, după caz.	60%
10.5 Seminar	Prezentare de seminar (studiu de caz) și răspuns la întrebări.	Observare sistematică; rubrică de participare.	10%
		Portofoliu de fișe; evaluare continuă.	20%
		Prezentare orală; evaluare pe criterii.	10%
10.6 Standard minim de performanță:			



Obținerea notei minime 5,00 la eseul final și acumularea a cel puțin 5,00 la componenta de seminar (portofoliu/participare).

Data completării
1.10.2025

Titular curs și seminar
Conf. univ. dr. Sebastian Fitzek

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	Comunicare în Data Science						
2.2 Titularul activităților de curs	Conferențiar universitar dr. Sebastian Fitzek						
2.3 Titularul activităților de seminar	Conferențiar universitar dr. Sebastian Fitzek						
2.4 Anul de studiu	3	2.5 Semestrul	5	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: 3.2 curs	2	3.3 seminar	1	3.4 activități practice	1
3.5 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.6 curs	28	3.7 seminar	14	3.8 activități practice	14
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							15
Tutoriat							0
Pregătire examinări							20
Alte activități.....							4
3.9 Total ore studiu individual	69						
3.10 Total ore din planul de învățământ	56						
3.11 Total ore pe semestru	125						
3.12 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 lecturilor și a fișelor de seminar; realizarea sarcinilor aplicative și respectarea termenelor.

6. Competențele specifice acumulate	
Competențe profesionale	- Importă, curăță și structurează seturi de date (CSV/Excel/API) relevante pentru comunicare și relații publice. - Aplică analize descriptive și inferențiale de bază și interpretează rezultatele în termeni relevanți pentru decizie. - Construiește vizualizări și dashboard-uri și comunică insight-uri către audiențe non-tehnice (storytelling vizual). - Aplică principii de etică, confidențialitate (GDPR) și reproductibilitate (versiuni, seed, citare surse).
Competențe transversale	- Gândire analitică și rezolvare de probleme; lucru în echipă și managementul sarcinilor/proiectului. - Comunicare scrisă/orală (raport și prezentare) și feedback constructiv. - Învățare autonomă și utilizarea instrumentelor digitale pentru actualizarea competențelor.
7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)	
7.1 Obiectiv general	Modul aplicat de data science pentru comunicare: dezvoltarea capacității de a transforma datele în insight-uri utile și de a le comunica responsabil (vizual și narativ), cu accent pe etică și GDPR.
7.2 Obiective specifice	- Înțelegerea contextului datelor (surse, calitate, limitări) și a noțiunilor de măsurare/codare. - Dezvoltarea abilităților de curățare, analiză și vizualizare a datelor, inclusiv interpretarea testelor uzuale. - Exersarea comunicării rezultatelor (raportare, storytelling vizual, APA 7) și a reproductibilității. - Aplicarea competențelor printr-un proiect individual orientat pe o problemă reală din comunicare/PR.
7.3. Rezultatele învățării	CUNOȘTINȚE: - Explică noțiunile de bază din data science relevante pentru comunicare (tipuri de date, măsurare, inferență, modele). - Identifică riscurile de interpretare și aspectele de etică/confidențialitate (GDPR) în lucrul cu date. ABILITĂȚI: - Importă, curăță și analizează un set de date; produce vizualizări și indicatori interpretați corect.



- Aplică teste uzuale și modele simple (regresie) și raportează rezultatele într-un format accesibil (raport + vizual).
- Construiește un livrabil reproductibil (notebook/raport) și îl prezintă coerent.

RESPONSABILITATE ȘI AUTONOMIE:

- Evaluează critic calitatea datelor și limitele analizelor, evitând concluzii nejustificate.
- Gestionează date sensibile responsabil și respectă integritatea academică și bunele practici de reproductibilitate.
- Lucrează autonom la proiect și colaborează eficient în activitățile de seminar.

8. Conținuturi		
8.1. Curs	Metode de predare	Observații
Cursul 1. Introducere: comunicare în data science. Roluri, fluxul de la date la decizie, exemple în PR/comunicare.	Prelegere interactivă; demonstrație; discuție ghidată.	—
Cursul 2. Tipuri de date în știința comunicării: surse (sondaje, social media, web analytics), etică și calitate.	Prelegere; studiu de caz; discuție pe exemple.	—
Cursul 3. Înțelegerea datelor: unități de analiză, variabile, scale de măsurare, codebook și data dictionary.	Prelegere; exercițiu aplicativ; lucru pe fișier exemplu.	—
Cursul 4. Curățarea și pregătirea datelor: valori lipsă, outlieri, normalizare; reproductibilitate (versiuni, seed).	Demonstrație; mini-workshop; discuție.	—
Cursul 5. Statistici descriptive și vizualizare I: distribuții, tendință centrală, variabilitate; interpretare corectă.	Prelegere; demonstrație; exerciții.	—
Cursul 6. Statistici descriptive și vizualizare II: comparații, segmentare, indicatori; erori de interpretare frecvente.	Prelegere; studiu de caz; exercițiu.	—
Cursul 7. Introducere în inferență: ipoteze, p-value, intervale de încredere, mărimea efectului.	Prelegere; exemple ghidate; Q&A.	—
Cursul 8. Teste uzuale pentru comunicare: t-test, chi-pătrat, corelații; interpretare și raportare.	Prelegere; demonstrație; aplicații pe date.	—
Cursul 9. Regresie liniară simplă: interpretarea coeficienților, diagnostice de bază, comunicarea rezultatelor.	Prelegere; demonstrație; exerciții.	—



Cursul 10. Regresie logistică (introducere) și clasificare: probabilități, praguri, interpretare practică.	Prelegere; demonstrație; studiu de caz.	—
Cursul 11. Evaluarea modelelor: overfitting, cross-validation; noțiuni de fairness/bias în modele.	Prelegere; studiu de caz; discuție critică.	—
Cursul 12. Storytelling vizual: structurarea mesajului, grafice „care nu induc în eroare”, raportare în stil APA 7.	Prelegere; analiză de exemple; atelier scurt.	—
Cursul 13. Dashboard-uri și raportare: instrumente (ex. Power BI/Tableau) și raportare reproductibilă (notebooks).	Demonstrație; studiu de caz; discuție.	—
Cursul 14. Recapitulare și integrare: consultanță data-driven în comunicare. Ghid pentru proiect și prezentări.	Recapitulare; clinică de proiect; întrebări și răspunsuri.	—

Bibliografie:

- Fitzek, S. (2023). Introduction to Data Science: A Python Path for a Non-computer Scientist. Bucharest: Comunicare.ro. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8127847>
- Wickham, H., & Grolemund, G. (2017). R for Data Science. O'Reilly.
- Cairo, A. (2016). The Truthful Art: Data, Charts, and Maps for Communication. New Riders.
- Knaflitz, C. N. (2015). Storytelling with Data. Wiley.
- Gelman, A., & Hill, J. (2007). Data Analysis Using Regression and Multilevel/Hierarchical Models. Cambridge University Press.
- Field, A. (2017). Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics (5th ed.). Sage.

8.2. Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
Seminarul 1. Setup și surse de date: import (CSV/Excel), structurare și verificări inițiale.	Atelier la calculator; exerciții ghidate.	—
Seminarul 2. Curățarea datelor: missing, outlieri, transformări; documentare (data dictionary).	Atelier; lucru individual cu feedback.	—
Seminarul 3. Vizualizare descriptivă și segmentare: grafice și interpretare pentru audiențe non-tehnice.	Atelier; peer review pe vizualizări.	—
Seminarul 4. Teste și interpretare: aplicarea testelor uzuale pe seturi de date de comunicare.	Atelier; exerciții; discuție asupra raportării.	—
Seminarul 5. Regresie (liniară/logistică) – nivel introductiv: modelare, interpretare, comunicare.	Atelier; aplicații; întrebări și răspunsuri.	—
Seminarul 6. Dashboard și storytelling: structurarea raportului și a prezentării; bune practici (etice).	Atelier; lucru pe proiect; feedback.	—
Seminarul 7. Prezentări de proiect: comunicarea rezultatelor, Q&A, reflecție asupra limitărilor.	Prezentări; evaluare pe criterii; discuție.	—

Bibliografie:

- European Union. Regulation (EU) 2016/679 (General Data Protection Regulation – GDPR).



- Open Science Framework (OSF). Reproducibility and open science guidelines (Open Science Framework).
- Fitzek, S. (2025). Blockchain și transparența politică. București: Pro Universitaria. ISBN 978-606-26-2083-7.

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

Disciplina operationalizează competențele programului CRP prin componenta de analiză și comunicare a datelor (data literacy, interpretare, raportare vizuală), relevante pentru activitatea profesională în comunicare/PR. Conținuturile sunt aliniate cerințelor pieței muncii (analize de audiență, social media analytics, evaluarea campaniilor) și rezultatelor învățării (cunoștințe–abilități–responsabilitate/autonomie), cu accent pe etică și GDPR.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4. Curs	Examen oral (susținere proiect + întrebări): concepte, interpretare rezultate, bune practici.	Evaluare orală: Susținerea unui proiect individual digital (Word/PPTX etc.) care să conțină o analiză a datelor sub forma unui poster științific pe un subiect specific disciplinei; întrebări din materia cursului și seminarului. Punctaj conform rubricii: proiect și raportare/vizualizare – 7 pct.; răspuns la întrebări – 3 pct.	70%
10.5 Seminar	Îndeplinirea cerințelor din syllabus (proiect, livrabile, participare).	Evaluare continuă; verificare livrabile (mini-assignments).	20%
		Participare activă; peer review; feedback.	10%
10.6 Standard minim de performanță:			
Obținerea notei minime 5,00 la examenul oral și participare la minimum 4 întâlniri aplicative (seminar/laborator), conform syllabus.			

Data completării
05.01.2026

Titular curs și seminar
Conf. univ. dr. Sebastian Fitzek

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	Comunicare interpersonală							
2.2 Titularul activităților de curs	Prof. univ. dr. Loredana Ivan							
2.3 Titularul activităților de seminar	dr. Dumitru Alexandra Elena							
2.4 Anul de studiu	3	2.5 Semestrul	5	2.6 Tipul de evaluare	Verificare	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: 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								22
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								22
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri								14
Tutoriat								
Pregătire examinări								4
Alte activități.....								7
3.9 Total ore studiu individual	69							
3.10 Total ore din planul de învățământ	56							
3.11 Total ore pe semestru	125							
3.12 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	● Sala de curs cu videoproiector

6. Competențele specifice acumulate	
Competențe profesionale	● Studenții vor fi capabili să explice care sunt elementele care definesc sinele și identitatea de sine și să analizeze strategii de managementul impresiei folosite de indivizi în mediul online și în relațiile față în față. ● Studenții vor identifica rolul rețelelor sociale în producerea și transmiterea informațiilor și în construirea capitalului social al indivizilor. ● Studenții vor analiza rolul noilor tehnologii în transformarea relațiilor sociale, interacțiunilor cotidiene din sfera personală și profesională. ● Studenții vor fi capabili să analizeze diferitele tipuri de relații sociale, aspecte funcționale și disfuncționale ale interacțiunilor cotidiene ● Studenții vor dobândi capacitatea de construi exerciții proprii de intercunoaștere și inter-relaționare și de a analiza modul în care noile tehnologii de comunicare și informare ne afectează viața de zi cu zi. Folosirea tehnicilor de comunicare interpersonală este prioritară în cadrul acestui curs ● Studenții vor dobândi un simț reflexiv mai bun în relațiile cu ceilalți, capacitate de predicție și înțelegere a reacțiilor celorlalți în diferite contexte sociale, inclusiv în ce privește comunicarea interpersonală mediată de noile tehnologii, inclusiv comunicarea cu clienții
Competențe transversale	● Vor fi discutate aspecte problematice ale folosirii noilor tehnologii în relațiile dintre indivizi: efectul Proteus, rolul avatarelor, fenomene ca cyberbullying și dependența de noile tehnologii și modalități de prevenire a acestor fenomene cu potențial disfuncțional ● Vor fi analizate critic cercetări care pun în evidență transformarea relațiilor cotidiene sub presiunea: noilor tehnologii de comunicare și informare, a nevoii continue de stimul vizuali și de auto-prezentare, a presiunii asupra individului de a fi responsabil pentru promovarea propriei persoane, pentru propria bunăstare socială, pentru ajustarea la rapiditatea cu care noile tehnologii de comunicare se extind în diferite sfere ale vieții sociale ● Sunt analizate critic cercetări care investighează aspecte ale vieții cotidiene la nivel micro ● Folosirea tehnicii interviului pentru investigarea comportamentelor umane ● Analiza indivizilor în interacțiuni cotidiene și surprinderea rolului contextului social ● Folosirea etnografiei în studiul interacțiunilor sociale, inclusiv a tehnicii PhotoVoice ● Folosirea SNA (Social Network Analysis) în studiul rețelelor sociale

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)	
7.1 Obiectiv general	Cursul dezvoltă capacitatea cursanților de a analiza interacțiunile sociale cotidiene, reacțiile proprii în situații de interacțiune și de a reflecta asupra rolul noilor tehnologii de comunicare și informare (ICT) în relațiile cotidiene și în relațiile profesionale
7.2 Obiective specifice	● Cine sunt? Cum mă văd ceilalți? Cunoașterea elementelor care contribuie la formarea sinelui și identității de sine; Utilizarea tehnicilor de comunicare interpersonală ● Comunicarea interpersonală mediată de noile tehnologii - importanța noilor tehnologii de comunicare în structurarea relațiilor interpersonale, inclusiv aspecte



	care generează conflicte și disfuncții ale relațiilor dintre indivizi și în comunicarea cu clienții • Rolului rețelelor sociale în construirea capitalului relațional al indivizilor și în identificarea unei baze de clienți/ nevoile clienților
7.3 Rezultatele învățării	CUNOȘTIȚE • Să explice și să definească conceptele fundamentale ale comunicării interpersonale, incluzând specificul acesteia, elementele care definesc sinele și identitatea de sine, și procesele de percepție interpersonală. • Să identifice și să analizeze erorile cognitive în comunicarea interpersonală, precum și rolul cogniției sociale în interpretarea realității și a relațiilor cu ceilalți. • Să înțeleagă rolul noilor tehnologii de comunicare și informare (ICT) în transformarea relațiilor sociale, atât la nivel personal, cât și profesional, și impactul acestora asupra interacțiunilor cotidiene. • Să cunoască aspectele problematice și disfuncționale ale comunicării interpersonale mediate de tehnologie (ex: cyberbullying, dependența de tehnologie, efectul Proteus, rolul avatarelor). • Să identifice și să explice diverse metode moderne de studiu al comunicării interpersonale, cum ar fi cercetarea etnografică, etnografia mobilă, analiza de rețea (SNA) și utilizarea interviului în profunzime. ABILITĂȚI • Să analizeze critic strategiile de management al impresiei utilizate de indivizi în mediul online și în relațiile față în față. • Să construiască și să aplice exerciții proprii pentru intercunoaștere și inter-relaționare, folosind tehnici de comunicare interpersonală eficientă. • Să identifice și să analizeze rolul rețelelor sociale în producerea și transmiterea informațiilor, precum și în construirea capitalului social al indivizilor. • Să utilizeze tehnici și instrumente de cercetare (ex: interviul, observația etnografică, SNA) pentru a investiga comportamentele umane și interacțiunile sociale. • Să elaboreze lucrări academice și proiecte de cercetare pe teme de comunicare interpersonală, demonstrând capacitatea de a integra teoria cu practica și de a analiza critic informațiile. • Să comunice eficient în diverse contexte sociale, adaptându-și mesajul și înțelegând reacțiile celorlalți, inclusiv în comunicarea cu clienții. RESPONSABILITATE ȘI AUTONOMIE • Să demonstreze un simț reflexiv îmbunătățit în relațiile cu ceilalți și o capacitate de a anticipa și înțelege reacțiile acestora în diverse contexte sociale. • Să își asume responsabilitatea pentru dezvoltarea propriei capacități de a analiza interacțiunile sociale și de a reflecta asupra impactului tehnologiilor în relațiile interpersonale. • Să manifeste autonomie în pregătirea și prezentarea temelor de seminar și a proiectelor individuale, precum și în gestionarea studiului individual și a bibliografiei. • Să participe activ și responsabil la discuțiile din cadrul cursului și seminarului, contribuind la un mediu de învățare constructiv. • Să își dezvolte o gândire critică față de informațiile și fenomenele din



domeniul comunicării interpersonale, integrând cunoștințele dobândite în practică.

8. Conținuturi		
8.1. Curs	Metode de predare	Observații
Comunicarea intrapersonală (Partea 1)		
1. Specificul comunicării interpersonale	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
2. Sinele și cunoașterea sinelui	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
3. Percepția interpersonală: Atribuirea cauzelor comportamentelor observate	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
Erori cognitive în comunicarea interpersonală (Partea 2)		
4. Cognația socială: cum explică indivizii, la nivelul simțului comun, realitatea în care trăiesc	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
5. Erori cognitive și rolul lor în percepția și interpretarea relațiilor cu ceilalți	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
Comunicarea interpersonală mediată de noile tehnologii (Partea 3)		
6. Comunicarea interpersonală mediată de noile tehnologii: rolul în stabilirea relațiilor sociale	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
7. Aspecte negative ale comunicării interpersonale mediate de noile tehnologii	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
8. Copiii și adolescenții - folosirea noilor tehnologii de comunicare în relațiile interpersonale	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
9. Vârșnicii și noile tehnologii de comunicare și informare	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
Folosirea unor metode moderne în studiul comunicării interpersonale (Partea 4)		
10. Cercetarea etnografică și rolul ei în studiul interacțiunilor umane cotidiane. Particularitățile Mobile Etnography	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
11. Utilizarea cercetărilor etnografice în studiul comunicării interpersonale	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
12. Analiza de rețea (SNA) și folosirea acestei tehnici pentru a analiza rolul indivizilor în cadrul rețelelor sociale (I)	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
13. Exemple de SNA și utilitatea folosirii acestor tehnici (II)	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
14. Elemente recapitulative. Cercetări moderne din domeniul comunicării interpersonale	Prezentări, discuții, feedback	NA
Bibliografie: • Serge Ciccotti (2007). <i>150 de pentru cunoașterea celuilalt</i>, Iași: Polirom. • Duduciuc, Alina, Ivan, Loredana și Chelcea, Septimiu (2013). <i>Psihologie socială. Studiul interacțiunilor umane</i>. București: Editura Comunicare.ro (capitolele: Selful; Comunicarea interpersonală și Cognația socială).		



- **Floyd, Kory (2013).** *Comunicare Interpersonală*. Iași: Editura Polirom (pp. 91-165); (pp. 174-200); (pp.239-269); (pp. 300-400) . Traducere a lucrării *Interpersonal Communication* (2nd edition).New York: Mc Graw Hill, 2009/2011, de același autor.
- **Duduciuc, Alina, Ivan, Loredana & Stănescu, Dan (Eds.). (2016)** *Comunicare și percepție socială*. București: Comunicare.ro
- **Hargie, Owen (2021).** *Skilled interpersonal communication: Research, theory and practice*. Routledge.

*** Articole din jurnale de specialitate (ex.: Human Communication Research, Personal Relationships, Journal of Personality and Social Psychology, Journal of Social and Personal Relationships, Social Development)

8.2. Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Sinele și prezentarea sinelui	Exerciții cu studenții	NA
2. Interviu în profunzime în studiul relațiilor interpersonale	Pregătire pentru assignment 1	NA
3. Percepția interpersonală: scheme mentale și erori cognitive. Exerciții	Exerciții cu studenții și analiza critică a bibliografiei consultate	NA
4. Folosirea tehnicilor și a materialelor vizuale pentru surprinderea relațiilor interpersonale.	Pregătire pentru assignment 2. (Predarea temei assignment 1- realizarea unui exercițiu care presupune cunoașterea de sine)	NA
5. Cercetări moderne din domeniul comunicării interpersonale	Discutarea cercetărilor moderne în domeniul comunicării interpersonale	NA
6. Cercetări moderne din domeniul comunicării interpersonale	Predarea temei assignment 2 - mini-cercetare etnografică- mobile ethnography	NA
7. Seminar recapitulativ	Pregătirea temei pentru examenul final	NA

Bibliografie:

- **Duduciuc, Alina, Ivan, Loredana și Chelcea, Septimiu (2013).** *Psihologie socială. Studiul interacțiunilor umane*. București: Editura Comunicare.ro (capitolele: Selful; Comunicarea interpersonală și Cognitiona socială).
- **Floyd, Kory (2013).** *Comunicare Interpersonală*. Iași: Editura Polirom (pp. 91-165); (pp. 174-200); (pp.239-269); (pp. 300-400) . Traducere a lucrării *Interpersonal Communication* (2nd edition).New York: Mc Graw Hill, 2009/2011, de același autor.
- **DeVito, Joseph (2022).** *Interpersonal Communication Book* (17th edition).New York: Pearson (integral)
- **Solomon, Denise, & Theiss, Jennifer (2022).** *Interpersonal communication: Putting theory into practice*. Routledge.
- *** Articole din jurnale de specialitate (ex.: Human Communication Research, Personal Relationships, Journal of Personality and Social Psychology, Journal of Social and Personal Relationships, Social Development) .



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
- Majoritatea tematicilor tratate în cadrul cursului și seminariilor se înscriu în preocupările actuale în domeniul comunicării interpersonale
- Cadrul didactic valorifică rezultate ale cercetărilor proprii din domeniul comunicării interpersonale

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4. Curs	Elaborarea unei lucrări de final de semestru	Poate elabora o intervenție pe un aspect al comunicării interpersonale, dintre cele studiate	20%
10.5 Seminar	Elaborarea a două proiecte (assignments), care vor fi discutate pe parcursul semestrului	Proiect de echipă	40%
		Proiect individual	40%
10.6 Standard minim de performanță:			
Obținerea notei 5 la lucrarea finală și la proiectele de seminar			

Data completării
1.10.2025

Semnătura titularului de curs
Prof. univ. dr. Loredana Ivan

Semnătura titularului de seminar
Prof. univ. dr. Loredana Ivan

Data avizării în Consiliul FCRP
.....

Semnătura decan FCRP
.....



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	Comunicarea de criză						
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	3	2.5 Semestrul	5	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: 3.2 curs	2	3.3 seminar	1	3.4 laborator/activități practice	2
3.5 Total ore din planul de învățământ	70	din care: 3.6 curs	28	3.7 semina	14	3.8 laborator/activități practice	28
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							50
Tutoriat							3
Pregătire examinări							10
Alte activități							3
3.9 Total ore studiu individual	80						
3.10 Total ore din planul de învățământ	70						
3.11 Total ore pe semestru	150						
3.12 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 de curs adecvată lucrului în echipă cu videoproiector/platformă de videoconferință care permite formarea de breakout rooms - Formarea echipelor și parcurgerea lecturilor din bibliografie - Sală de clasă virtuală de tip Google Classroom
5.2. de desfășurare a seminarului	- Sală de curs adecvată lucrului în echipă cu videoproiector/platformă de videoconferință care permite formarea de breakout rooms - Lucru în echipă și parcurgerea lecturilor din bibliografie pentru pregătirea temelor de seminar - Participarea la activitățile din sala de clasă virtuală de tip Google Classroom

6. Competențele specifice acumulate	
Competențe profesionale	La finalul disciplinei, studentul va fi capabil să: - Identifice și clasifice tipologiile de criză, în funcție de cauze, actori implicați, nivel de impact și risc pentru organizație sau brand. - Analizeze contextul unei situații de criză, prin evaluarea brandului, a istoricului și a publicurilor țintă afectate sau interesate de evoluția crizei. - Utilizeze instrumente și tehnici specifice comunicării de criză, pentru diagnosticarea situației, formularea mesajelor și gestionarea relației cu publicurile relevante. - Stabilească și argumenteze strategii și metode de răspuns în criză, adaptate tipului de criză, contextului organizațional și așteptărilor publicurilor. - Elaboreze mesaje și conținut de comunicare adecvate contextului crizei, demonstrând capacitatea de adaptare a tonului, canalelor și formatelor de comunicare. - Redacteze texte specifice comunicării de criză (declarații oficiale, comunicate, mesaje de răspuns), respectând principiile clarității, coerenței, responsabilității și transparenței. - Comunice eficient cu părțile implicate sau afectate de criză, gestionând relația cu mass media, publicurile interne și externe, într-un mod profesionist și etic. - Evalueze evoluția și impactul unei situații de criză, prin analiza reacțiilor publicului și actorilor din mass media tradițională, și să propună strategii de restaurare a reputației organizației.
Competențe transversale	- Lucreze eficient în echipă, asumând roluri și responsabilități specifice în gestionarea situațiilor de criză, în vederea atingerii unui obiectiv comun. - Planifice și coreleze elementele de comunicare ale unui brand, în scopul prevenirii situațiilor de criză sau al restaurării credibilității și reputației după o situație de criză. - Evalueze critic informațiile, mesajele și sursele acestora, demonstrând discernământ profesional în contextul presiunii informaționale și al comunicării de criză. - Manifeste responsabilitate profesională și etică, în procesul de luare a deciziilor și de comunicare publică în situații de criză.

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)	
7.1 Obiectiv general	Disciplina urmărește formarea competențelor profesionale necesare identificării, analizei și gestionării situațiilor de criză, prin integrarea cunoștințelor teoretice cu abilități practice de utilizare a tehnicilor specifice comunicării de criză, în vederea elaborării și aplicării unor strategii de răspuns și restaurare reputațională, care să permită viitorilor absolvenți să gestioneze în mod eficient și responsabil riscurile și crizele organizaționale.
7.2 Obiective specifice	Analiza și aplicarea cunoștințelor teoretice fundamentale privind tipologia crizelor, prin identificarea caracteristicilor, cauzelor și implicațiilor diferitelor tipuri de criză în contexte organizaționale și reputaționale.



	● Utilizarea metodelor și instrumentelor specifice comunicării de criză, pentru gestionarea comunicării în timpul crizelor, incluzând identificarea publicurilor țintă, redactarea mesajelor de răspuns adaptate și selectarea canalelor și formelor de comunicare adecvate. ● Elaborarea și aplicarea instrumentelor de pregătire organizațională pentru situații de criză, prin simularea crizelor și realizarea unui plan de comunicare pe timp de criză, adaptat contextului și specificului brandului.
7.3. Rezultatele învățării	CUNOȘTINȚE ● Recunoaște și explică modele, teorii și elemente fundamentale ale comunicării, aplicabile comunicării organizaționale și comunicării publice în situații de criză. ● Identifică și explică tipologia crizelor, mecanismele de declanșare și escaladare a acestora și impactul asupra reputației organizaționale. ● Distinge categoriile relevante de public și publicuri interesate în situații de criză, recunoscând criterii de segmentare și comportamente de consum informațional specifice contextelor de criză. ● Identifică și explică factori care influențează receptarea mesajelor în situații de criză, incluzând procese psihologice, emoționale, sociale și culturale. ● Identifică și aplică principii de retorică, argumentare și structurare a mesajelor, utilizate în redactarea și transmiterea mesajelor de comunicare de criză. ● Recunoaște și explică principii etice, norme deontologice și responsabilități profesionale, aplicabile comunicării publice și instituționale în situații de criză. ABILITĂȚI ● Aplică tehnici și metode de analiză specifice comunicării de criză, utilizând cercetări calitative și cantitative de bază pentru diagnosticarea situațiilor de criză și a percepțiilor publice. ● Analizează caracteristicile, nevoile, valorile și așteptările publicurilor afectate de o situație de criză, utilizând criterii socio-demografice, culturale și comportamentale. ● Elaborează și adaptează mesaje de comunicare în context de criză, în funcție de public, momentul crizei, obiectivele de comunicare și canalele utilizate. ● Redactează, editează și revizuieste conținut scris specific comunicării de criză, incluzând mesaje oficiale, comunicate și răspunsuri publice, utilizând un limbaj adecvat și responsabil. ● Evaluează sursele de informare și acuratețea informațiilor, identificând dezinformarea, manipularea și riscurile reputaționale asociate contextelor de criză. ● Aplică tehnici de analiză a percepției publice, pentru evaluarea impactului mesajelor de comunicare de criză asupra imaginii și reputației organizației. RESPONSABILITATE ȘI AUTONOMIE ● Raportează obiectiv și responsabil informații, interpretări și concluzii privind situațiile de criză, adaptând limbajul și formatul comunicării în funcție de publicurile implicate sau afectate. ● Asigură transparența, acuratețea și corectitudinea informațiilor comunicate în situații de criză, asumând consecințele mesajelor transmise asupra imaginii și reputației organizației.



- Monitorizează și evaluează impactul mesajelor și reacțiilor publice generate de comunicarea de criză, formulând propuneri de ajustare a răspunsului comunicațional.
- Aplică principii etice, norme deontologice și cadrul legal în luarea deciziilor și în formularea mesajelor de comunicare în situații de criză.
- Lucrează autonom sau în echipă, asumând roluri și responsabilități specifice în gestionarea comunicării în situații de criză și respectând obiectivele stabilite.

8. Conținuturi

8.1. Curs

8.1. Curs	Metode de predare	Observații
Cursul 1. Introducere în comunicarea de criză	Prelegere, discuții, dezbateri	Formarea echipelor
Cursul 2. Definiții și tipologii	Prelegere, discuții, dezbateri	Deadline pentru înscrierea online a echipelor
Cursul 3. Criza organizațională	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
Cursul 4. Criza media/social media	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
Cursul 5. Analiza și evaluarea crizei	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
Cursul 6. Răspunsul la criză (I). Strategii de răspuns la criză	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
Cursul 7. Vizită de lucru la Castelul Cantacuzino	Prelegere, discuții, dezbateri	Field trip
Cursul 8. Pregătire pentru simularea crizei (I)	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
Cursul 9. Pregătire pentru simularea crizei (II)	Exercițiu de simulare a unei situații de criză, discuții	NA
Cursul 10. Răspunsul la criză (II)	Exercițiu de simulare a unei situații de criză, discuții	NA
Cursul 11. Comunicarea de criză în social media (I)	Prelegere, discuții, exerciții	NA
Cursul 12. Comunicarea de criză în social media (II)	Prelegere, discuții, exerciții	
Cursul 13. Recapitulare	Evaluare și dezbateri pe baza exercițiilor realizate	NA
Cursul 14. Pregătire pentru examen	Recapitulare și evaluare	NA



Bibliografie:

1. Coombs, W. T. (2007). Crisis Management and Communications. <http://www.instituteforpr.org/topics/crisis-management-and-communications/>
2. Coombs, W. T., & Holladay, J. S. (2012). The paracrisis: The challenges created by publicly managing crisis prevention. *Public Relations Review*, 38(3), 408-415.
3. Coombs, W. T., & Laufer, D. (2018). Global crisis management—current research and future directions. *Journal of International Management*, 24(3), 199-203.
4. Eriksson, M. (2018). Lessons for crisis communication on social media: A systematic review of what research tells the practice. *International Journal of Strategic Communication*, 12(5), 526-551.
5. Lee, S. Y. (2020). Stealing thunder as a crisis communication strategy in the digital age. *Business Horizons*, 63(6), 801-810.
6. Lu, X., & Jin, Y. (2020). Information vetting as a key component in social-mediated crisis communication: An exploratory study to examine the initial conceptualization. *Public relations review*, 46(2), 101891.
7. Lin, X., Spence, P. R., Sellnow, T. L., & Lachlan, K. A. (2016). Crisis communication, learning and responding: Best practices in social media. *Computers in human behavior*, 65, 601-605.

8.2. Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
Seminarul 1. Comunicarea de criză	Dezbateri, exercițiu în echipă	Oct. 15 - Deadline pentru înscrierea online a echipelor
Seminarul 2. Tipologii ale crizelor. Criza organizațională	Dezbateri, exercițiu în echipă	Lucru în echipă
Seminarul 3. Tipologii ale crizelor. Criza mediatică	Dezbateri, exercițiu în echipă	Lucru în echipă
Seminarul 4. Analiza și răspunsul la criză	Dezbateri, exercițiu în echipă	Lucru în echipă
Seminarul 5. SIMULAREA CRIZEI	Simulare, exercițiu în echipă	Lucru în echipă – activitate obligatorie
Seminarul 6. Evaluare și feedback	Feedback, debriefing	NA
Seminarul 7. Pregătire pentru examen	Feedback, recapitulare	NA

Bibliografie:

1. Coombs, W. T. (2007). Crisis Management and Communications. <http://www.instituteforpr.org/topics/crisis-management-and-communications/>
2. Coombs, W. T., & Holladay, J. S. (2012). The paracrisis: The challenges created by publicly managing crisis prevention. *Public Relations Review*, 38(3), 408-415.
3. Coombs, W. T., & Laufer, D. (2018). Global crisis management—current research and future directions. *Journal of International Management*, 24(3), 199-203.
4. Eriksson, M. (2018). Lessons for crisis communication on social media: A systematic review of what research tells the practice. *International Journal of Strategic Communication*, 12(5), 526-551.
5. Lee, S. Y. (2020). Stealing thunder as a crisis communication strategy in the digital age. *Business Horizons*, 63(6), 801-810.
6. Lu, X., & Jin, Y. (2020). Information vetting as a key component in social-mediated crisis communication: An exploratory study to examine the initial conceptualization. *Public relations review*, 46(2), 101891.



7. Lin, X., Spence, P. R., Sellnow, T. L., & Lachlan, K. A. (2016). Crisis communication, learning and responding: Best practices in social media. *Computers in human behavior*, 65, 601-605.

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

Conținutul cursului include cunoștințe necesare identificării riscurilor, problemelor și crizelor în domeniul comunicării, precum și principiile răspunsului la criză, fiind aliniat cu literatura de specialitate internațională din domeniu. Cursul pregătește studenții să prevină și să răspundă situațiilor de criză în comunicare ce pot surveni în viața unui brand.

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 aliniate la elementele discutate și dezbătute la cursuri și seminarii în timpul semestrului	Test scris cu întrebări închise și deschise	50%
10.5 Seminar	Participarea activă la cursuri și seminarii, implicarea în exerciții, studii de caz și simulările de criză, aplicarea corectă a tehnicilor de comunicare de criză, analiza evenimentelor și situațiilor propuse. Aplicarea practică a conceptelor studiate, oferirea unui răspuns la criză ținând cont de stakeholderii identificați, de canalele media și de contextul de comunicare. Lucru în echipă, sub presiunea timpului.	Studenții care participă la rezolvarea situațiilor propuse în echipă pot primi până la 0.4p / seminar. Studenții care prezintă rezolvarea echipei pot primi până la 0.6p / seminar. Studenții care participă activ și interacționează la curs, pot primi până la 0.6p/curs – 4p.	50%
		Simularea crizei – 6p	
		Studenții care au obținut în timpul anului universitar peste 10p, vor primi un bonus după cum urmează: 10.01 – 11.00 – 0.25p la nota finală 11.01 – 12.00 – 0.5p la nota finală 12.01 – 13.00 – 0.75p la nota finală 13.01 + - 1p la nota finală	

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
- Participarea la simularea crizei conform programării

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



Școala Națională de Studii Politice și Administrative

Facultatea de Comunicare și Relații Publice

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	Dreptul comunicării						
2.2 Titularul activităților de curs	Lect. Univ. dr. Diana Ramona Gavra						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. Univ. dr. Diana Ramona Gavra						
2.4 Anul de studiu	3	2.5 Semestrul	VI	2.6 Tipul de evaluare	Examen	2.7 Regimul disciplinei	DC

3. Timpul total estimat (ore pe semestru pentru activitățile didactice)							
3.1 Număr de ore pe săptămână	5	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar	1	3.4 laborator/ activități practice	2
3.5 Total ore din planul de învățământ	70	din care: 3.6 curs	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							25
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren							20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri							25
Tutoriat							
Pregătire examinări							10
Alte activități.....							
3.9 Total ore studiu individual	80						
3.10 Total ore din planul de învățământ	70						
3.11 Total ore pe semestru	150						
3.12 Numărul de credite	6						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)	
4.1 de curriculum	● Nu este cazul.
4.2 de competențe	● Competențe teoretice generale privind sistemul legislativ și principalele acte normative care reglementează domeniul comunicării



5. Condiții (acolo unde este cazul)	
5.1. de desfășurare a cursului	● Sala de curs cu videoproiector/online
5.2. de desfășurare a seminarului	● Sala de seminar cu videoproiector/online

6. Competențele specifice acumulate	
Competențe profesionale	● Definirea principalelor concepte specifice domeniului, utilizarea lor și a terminologiei de specialitate; ● Cunoașterea noțiunilor juridice de bază ale dreptului comunicării; ● Utilizarea acestei terminologii pentru descrierea raporturilor juridice specifice; ● Aplicarea legislației naționale și europene privind liberul acces la informație, libertatea de exprimare, dreptul de autor etc. în procesul comunicării profesionalizate. ● Cunoașterea cadrului legal în vigoare, a drepturilor și obligațiilor profesionale și a limitelor acestora; ● Dobândirea capacității de a aplica legislația ce reglementează domeniul comunicării în activitățile profesionale specifice comunicării
Competențe transversale	Prin participarea la cursurile acestei materii, studenții vor dobândi următoarele cunoștințe și abilități specifice: ● să analizeze și să interpreteze actele normative în materia comunicării publice și studii de caz; ● să redacteze cereri specifice și să susțină prezentări orale clare și coerente în contexte academice și profesionale; ● să evalueze critic informații, să argumenteze juridic ● să dobândească abilități de interpretare a normelor juridice, să înțeleagă terminologia specifică, să poată analiza jurisprudența națională și europeană.
7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)	
7.1 Obiectiv general	● Formarea cunoștințelor și abilităților necesare pentru înțelegerea și analiza critică a actelor normative și jurisprudenței în domeniul comunicării.
7.2 Obiective specifice	Prin participarea la cursurile acestei materii, studenții vor dobândi următoarele cunoștințe și abilități: ● să definească noțiunile de bază ale legislației și deontologiei comunicării; ● să cunoască și să utilizeze actele normative și codurile deontologice aplicabile în domeniile comunicării publice; ● să înțeleagă și să prezinte drepturile și obligațiile agenților comunicării publice și limitele acestora; ● să cunoască regimul juridic specific al accesului la informațiile de interes public, al comunicării audiovizuale, al publicității și al protecției dreptului la viață privată; ● să poată consulta și înțeleagă interpretarea oficială a legilor ce reglementează comunicarea publică oferită de către instanțele de judecată și autoritățile publice.



	să poată consulta și înțelege normele deontologice ce reglementează comunicarea publică stabilite de către organizațiile profesionale și măsurile de asigurare a conduitei morale și a responsabilității sociale din acest domeniu.
7.3. Rezultatele învățării	CUNOȘTIȘTE • Cunoașterea principalelor concepte specifice domeniului, utilizarea lor și a terminologiei de specialitate • Cunoașterea noțiunilor juridice de bază și jurisprudenței specific dreptului comunicării. ABILITĂȚI • Aplicarea legislației naționale și europene privind liberul acces la informație, libertatea de exprimare, dreptului de autor etc. în procesul comunicării publice • Cunoașterea cadrului legal în vigoare, a drepturilor și obligațiilor profesionale și a limitelor acestora; RESPONSABILITATE ȘI AUTONOMIE • Dobândirea capacității de a aplica legislația ce reglementează domeniul comunicării. • Demonstrează capacitatea de a formula cereri privind lăcerul acces la informații de interes public s.a.

8. Conținuturi			
8.1. Curs	Metode de predare		Observații
Cursul 1. Noțiuni introductive. Definiția dreptului comunicării	Prelegere,	discuții,	NA
Cursul 2. Izvoarele și principiile dreptului comunicării	Prelegere,	discuții,	NA
Cursul 3. Drepturile și obligațiile subiecților dreptului comunicării. Drepturile și obligațiile persoanei	Prelegere,	discuții,	NA
Cursul 4. Drepturile și obligațiile agentului media și ale autorităților publice	Prelegere,	discuții,	NA
Cursul 5. Regimul juridic al responsabilității. Răspunderea civilă.	Prelegere,	discuții,	NA
Cursul 6. Răspunderea penală a agenților comunicării publice. Infrațiuni săvârșite de subiecții dreptului comunicării	Prelegere,	discuții,	NA
Cursul 7. Liberul acces la informațiile de interes public	Prelegere,	discuții,	NA
Cursul 8. Informațiile clasificate, secret de stat, secret de serviciu	Prelegere,	discuții,	NA
Cursul 9. Norme juridice privind comunicarea publicitară	Prelegere,	discuții,	NA



Cursul 10. Dreptul la demnitate și la propria imagine în comunicarea publică	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
Cursul 11. Norme juridice în materia drepturilor de autor	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
Cursul 12. Norme juridice privind comunicarea audiovizuală	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
Cursul 13. Deontologia comunicării publice. Coduri deontologice	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
Cursul 14. Mijloace de asigurare a responsabilității sociale și limitele acestora	Prezentări, discuții, feedback	NA

Bibliografie:

Bozeșan, Vasile et. al., Limitele libertății de exprimare. Politicieni, jurnaliști, magistrați, Ed. Hamangiu, București, 2014.

Cercelescu, Carmen Monica, Regimul juridic al presei. Ed. Teora, București, 2002

Dabu, Valerică, Dreptul comunicării sociale. Ed. SNSPA, București, 2010

Eremia, Mihail Constantin, Dreptul comunicării publice. Ed. Universitatii, București 2004

Frunză Sandu, Comunicare etică și responsabilitate socială, Ed. Tritonic, București, 2011.

Jurisdicția internațională în materia libertății de exprimare, vol. I-III, Ediție îngrijită de către Macovei, Monica, Dăgăliță, Adriana, Mihai, Dan, et all., Active Wach, București, 2008.

Macovei, Monica, Dăgăliță, Adriana și Mihai, Dan, Ghid juridic pentru jurnaliști, Active Wach, București, 2009.

Middleton, Kent et al., Legislația comunicării publice. Editura Polirom, Iași, 2002

Moldovan, Carmen, Libertatea de exprimare: principii, restricții, jurisprudență, C.H. Beck, București, 2011

Năstase-Georgescu, Maria, Dreptul comunicării, Editura Universitară, București, 2009

Paiusescu, Anca și Duta, Oana, Dreptul comunicării. Considerații teoretice și legislație relevantă, Editura Universitară, București, 2012.

Popa, Dumitru Titus, Dreptul comunicării. Editura Norma, București, 1999

Popa, Dumitru Titus, Deontologia profesiei de ziarist, Norma București, 2000.

Radu Raluca Nicoleta (coord.), Deontologia comunicării publice, Polirom, Iași, 2015;

Rusu, Elena et al., Cum să comunici în mod legal sau Dreptul publicității, Evrika Publishing, București, 2016.

8.2. Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
Seminarul 1. Seminar introductiv . Noțiuni introductive a. Definiții b. Izvoarele dreptului comunicării c. Principiile dreptului comunicării	Prezentarea planului seminarului și a evaluării (Syllabus și discuții privind domeniul).	NA
Seminarul 2. a. Drepturile și obligațiile persoanelor b. Drepturile și obligațiile agentului media	Analiza critică a unor texte fundamentale din domeniu. Dezbateri și lucru aplicat în echipe.	NA



c. Drepturile și obligațiile autorităților publice		
Seminarul 3. a. Formele responsabilității b. Răspunderea civilă c. Răspunderea penală	Analiza critică a unor texte fundamentale din domeniu. Dezbateri și lucru aplicat în echipe.	NA
Seminarul 4. a. Norme juridice privind comunicarea publicitară b. Norme juridice privind comunicarea audiovizuală c. Norme juridice în materia drepturilor de autor d. Dreptul la replică și dreptul la rectificare	Analiza critică a unor texte fundamentale din domeniu. Dezbateri și lucru aplicat în echipe.	NA
Seminarul 5. a. Liberul acces la informațiile de interes public b. Informațiile secret de stat, secret de serviciu	Analiza critică a unor texte fundamentale din domeniu. Dezbateri și lucru aplicat în echipe.	NA
Seminarul 6. a. Dreptul la liberă exprimare b. Dreptul la respectarea demnității umane, vieții private, dreptul la propria imagine	Analiza critică a unor texte fundamentale din domeniu. Dezbateri și lucru aplicat în echipe	NA
Seminarul 7. a. Ofensa adusă unor însemne b. Defăimarea țării sau națiunii c. Propaganda în favoarea statului totalitar d. Comunicarea de informații false e. Violarea secretului corespondenței f. Propaganda naționalist șovină g. Instigarea publică și apologia infracțiunilor h. Răspândirea de materiale obscene	Analiza critică a unor texte fundamentale din domeniu. Dezbateri și lucru aplicat în echipe	NA

Bibliografie:

Referințe suplimentare

Ștenc, Alexandru Cristian, Tehnologia informației: protejarea și respectarea dreptului proprietății intelectuale, Editura Universul Juridic, București, 2010;

ROIBU, Magdalena, Libertatea de exprimare și limitele ei penale, C.H. Beck, București. 2013

Runcan, Miruna, Introducere în legislația presei, Ed. "All", București, 1998



Vasiu Ioana, Vasiu, Lucian, 2007, Informatica Juridica și drept informatic, Ed. Albastră, Cluj-Napoca.

Situri importante:

<http://legislatie.just.ro/>;

http://www.dreptonline.ro/legislatie/start_legislatie.php; <http://www.cna.ro/>;

<http://portal.just.ro/>; <http://www.monitoruloficial.ro/>;

<http://www.activewatch.ro/ro/freeex/resurse/> <http://jurisprudencedo.com>;

<http://www.scj.ro/>; <http://www.ccr.ro/>

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	100%
10.5 Standard minim de performanță:			
Obținerea notei 5 la examen			

Data completării
1.10.2025

Titular curs
Lect Univ dr. Diana Ramona Gavra

Titular seminar
Lect Univ dr. Diana Ramona Gavra

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 în comunicare						
2.2 Titularul activităților de curs	Lector univ. dr. George Tudorie						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lector univ. dr. George Tudorie						
2.4 Anul de studiu	3	2.5 Semestrul	5	2.6 Tipul de evaluare	Verificare	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: 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							28
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren							14
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri							15
Tutoriat							5
Pregătire examinări							5
Alte activități.....							2
3.9 Total ore studiu individual	69						
3.10 Total ore din planul de învățământ	56						
3.11 Total ore pe semestru	125						
3.12 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	• Capacitatea de a citi surse în limba engleză.
5.2. de desfășurare a seminarului	• Capacitatea de a citi surse în limba engleză.
6. Competențele specifice acumulate	
Competențe profesionale	• Înțelegerea și utilizarea adecvată a conceptelor de bază din domeniul eticii; • Identificarea problemelor morale în cazul unor situații problematice din ariile profesionale ce țin de comunicare; • Identificarea modelelor utilizate pentru luarea deciziilor etice sau raționamente morale în problemele din domeniul comunicării; • Identificarea normelor profesionale în raport cu rolul asumat în comunicarea publică; • Construcția și comunicarea unei poziții morale proprii, bazate pe argumente, într-o chestiune dată.
Competențe transversale	• Dezvoltă o cunoaștere profundă a problematicii morale și a conceptului de responsabilitate profesională. • Dezvoltă conștiința morală și autoreflexivitatea. • Dezvoltă abilități de planificare. • Evaluează în mod critic informațiile și sursele acestora. • Dezvoltă sensibilitate interculturală.
7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)	
7.1 Obiectiv general	Cursul urmărește deprinderea studenților cu un mod de gândire care presupune evaluarea etică a situațiilor profesionale reale din domeniul comunicării.
7.2 Obiective specifice	• Cursul permite familiarizarea cu opțiuni teoretice fundamentale în etică (în sensul de subdomeniu filosofic) – concepte, școli și teorii, autori clasici; • Cursul dezvoltă capacitatea de a judeca în raport cu modele din teoria morală pentru luarea deciziilor etice în context profesional. • Cursul dezvoltă capacitatea de a chestiona și de a evalua din punct de vedere moral tendințe, modele și elemente de cultură profesională specifice zonei comunicării.
7.3. Rezultatele învățării	CUNOȘTINȚE • Recunoaște și explică modele de luare a deciziilor etice și raționamente morale aplicabile în domeniul comunicării. • Identifică și descrie principii etice, norme deontologice și responsabilități profesionale asociate rolurilor din comunicarea publică. ABILITĂȚI • Aplică principii etice, norme deontologice și reguli de conduită profesională în realizarea activităților de comunicare. RESPONSABILITATE ȘI AUTONOMIE • Aplică în mod consecvent principii etice, norme deontologice și legislația în vigoare în luarea deciziilor profesionale din domeniul comunicării. • Identifică dileme etice și argumentează soluții responsabile, ținând cont de impactul social, cultural și profesional al deciziilor de comunicare.



- Inițiază, coordonează și gestionează colaborări profesionale în contexte interdisciplinare și interculturale, demonstrând respect, responsabilitate și adaptabilitate.

8. Conținuturi

8.1. Curs

	Metode de predare	Observații
Cursul 1. Introducere. Etica altfel decât vorbărie	Prelegere, discuție liberă, dezbaterăa unor exemple	
Cursul 2. <i>De gustibus</i> . Relativism cultural și relativism etic	Prelegere, discuție liberă, dezbaterăa unor exemple	
Cursul 3. După mine. Subiectivism în etică	Prelegere, discuție liberă, dezbaterăa unor exemple	
Cursul 4. Facă-se voia Ta. Morala ca dictat divin	Prelegere, discuție liberă, dezbaterăa unor exemple	
Cursul 5. <i>There is no you, there is only me</i> . Egoism moral	Prelegere, discuție liberă, dezbaterăa unor exemple	
Cursul 6. Părțile interesate. Teorii ale contractului social	Prelegere, discuție liberă, dezbaterăa unor exemple	
Cursul 7. Să cântărim! Utilitarism în etică	Prelegere, discuție liberă, dezbaterăa unor exemple	
Cursul 8. Ce contează nu e pe cântar. Utilitarismul privit critic	Prelegere, discuție liberă, dezbaterăa unor exemple	
Cursul 9. Absolut! Kant și ideea de normă morală	Prelegere, discuție liberă, dezbaterăa unor exemple	
Cursul 10. Sunt și eu om! Kant și respectul datorat ființelor umane	Prelegere, discuție liberă, dezbaterăa unor exemple	
Cursul 11. La feminin? Etica grijii	Prelegere, discuție liberă, dezbaterăa unor exemple	
Cursul 12. Ce ai făcut din tine? Etica virtuții	Prelegere, discuție liberă, dezbaterăa unor exemple	
Cursul 13. <i>Bellum omnium</i> . Evoluție, natură umană și moralitate	Prelegere, discuție liberă, dezbaterăa unor exemple	
Cursul 14. Concluzii	Prelegere, discuție liberă, dezbaterăa unor exemple	

Bibliografie:

- Lecturi obligatorii:

La această materie, vom folosi manuale internaționale tipice acestui nivel și specializării studenților (*alta* decât filosofie). Textele obligatorii sunt extrase, cu o excepție, din:

Kowalski, D.A. (2012). *Moral Theory at the Movies. An Introduction to Ethics*. Rowman & Littlefield Publishers

Rachels, J. & Rachels, S. (2018). *The Elements of Moral Philosophy* (9th edition). McGraw Hill Education
Manualele sunt structurate asemănător, dar au abordări diferite ale tematicii. Distribuția capitolelor pe teme de curs este următoarea:

Curs 1 – Rachels & Rachels capitolul 1, Kowalski capitolul 1

Curs 2 – Rachels & Rachels capitolul 2, Kowalski capitolul 3

Curs 3 – Rachels & Rachels capitolul 3, Kowalski capitolul 2

Curs 4 – Rachels & Rachels capitolul 4, Kowalski capitolul 4

Curs 5 – Rachels & Rachels capitolul 5

Curs 6 – Rachels & Rachels capitolul 6, Kowalski capitolul 9

Curs 7 – Rachels & Rachels capitolul 7, Kowalski capitolul 7

Curs 8 – Rachels & Rachels capitolul 8



Curs 9 – Rachels & Rachels capitolul 9
Curs 10 – Rachels & Rachels capitolul 10, Kowalski capitolul 8
Curs 11 – Rachels & Rachels capitolul 11, Kowalski capitolul 11
Curs 12 – Rachels & Rachels capitolul 12, Kowalski capitolul 10
Curs 13 – Kowalski capitolul 6; James, S.M. (2011). *An Introduction to Evolutionary Ethics*. Wiley-Blackwell – capitolul 3
Curs 14 – Rachels & Rachels capitolul 13

● Lecturi ajutătoare (opționale):

Blackburn, S. (2003). *Ethics. A Very Short Introduction*. Oxford University Press

Gensler, H.J. (2011). *Ethics. A Contemporary Introduction* (2nd edition). Routledge

Bobbitt, R. (2020). *Exploring Communication Ethics. A Socratic Approach*. Routledge

● Notă: Toate aceste texte vor fi distribuite studenților la începutul cursului, în format electronic.

8.2. Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
Seminarul 1. Seminar introductiv; tematică, evaluare, resurse, organizare echipe	Prezentare a metodei de lucru de către profesor. Discuție liberă.	
Seminarul 2. Relativismul cultural ca provocare pentru etică	Prezentări ale echipelor de studenți. Discutarea prezentărilor de către alte echipe și de către profesor.	
Seminarul 3. Subiectivism și egoism moral	Prezentări ale echipelor de studenți. Discutarea prezentărilor de către alte echipe și de către profesor.	
Seminarul 4. Teorii ale contractului social	Prezentări ale echipelor de studenți. Discutarea prezentărilor de către alte echipe și de către profesor.	
Seminarul 5. Utilitarism și critici ale utilitarismului	Prezentări ale echipelor de studenți. Discutarea prezentărilor de către alte echipe și de către profesor.	
Seminarul 6. Kant, norme morale și demnitatea persoanelor	Prezentări ale echipelor de studenți. Discutarea prezentărilor de către alte echipe și de către profesor.	
Seminarul 7. Etica virtuții și etica grijii	Prezentări ale echipelor de studenți. Discutarea prezentărilor de către alte echipe și de către profesor.	

Bibliografie:

Kowalski, D.A. (2012). *Moral Theory at the Movies. An Introduction to Ethics*. Rowman & Littlefield Publishers

Rachels, J. & Rachels, S. (2018). *The Elements of Moral Philosophy* (9th edition). McGraw Hill Education

Distribuția capitolelor pe teme de seminar este următoarea :

Seminar 1

- NA

Seminar 2

- Rachels & Rachels capitolul 2, Kowalski capitolul 3

Seminar 3



- Rachels & Rachels capitolul 3, Kowalski capitolul 2
Seminar 4
- Rachels & Rachels capitolul 6, Kowalski capitolul 9
Seminar 5
- Rachels & Rachels capitolul 8, Kowalski capitolul 7
Seminar 6
- Rachels & Rachels capitolul 10, Kowalski capitolul 8
Seminar 7
- Rachels & Rachels capitolul 11, Kowalski capitolul 11

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

Manualele folosite sunt validate internațional și sunt adecvate nivelului și specializării studenților. Ele oferă o bază pentru analiza morală a unor situații concrete din profesiile comunicării. Cadrul didactic are pregătirea și experiența necesare pentru discutarea unor probleme de natură filosofică.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4. Curs	Evaluarea se desfășoară în cadrul prezentărilor și discuțiilor de la seminar. Studenții pot acumula puncte de participare individuală și la curs.	NA	NA
10.5 Seminar	Are abilitatea de a identifica și a prezenta în mod coerent și consistent o problemă de natură etică din zona comunicării, pe care o documentează adecvat. Folosește terminologia de specialitate în mod corect. Are cunoștințe cu privire la temele aduse în discuție în cadrul cursului. Contribuie cu argumente pro și contra la analiza critică a studiilor de caz specifice profesiilor din zona comunicării.	Prezentare de echipă	70%
		Discuție (în echipă) a altei prezentări	10%
		Participare individuală la discuții	20%

10.6 Standard minim de performanță: Nota 5, rezultată din suma punctajelor la cele trei componente ale evaluării; cel puțin patru prezențe la seminar.

Obținerea notei 5 la proiectul (prezentarea) de echipă.

Data completării
1.10.2025

Titular curs
Lector univ. dr. George Tudorie

Titular seminar
Lector univ. dr. George Tudorie

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

Decan FCRP
Prof. univ. dr. Alina Bargaoanu



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



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	Evaluarea performanțelor resurselor umane						
2.2 Titularul activităților de curs	CDA. Lector univ. dr. Carmen Novac						
2.3 Titularul activităților de seminar	CDA. Lector univ. dr. Carmen Novac						
2.4 Anul de studiu	3	2.5 Semestrul	5	2.6 Tipul de evaluare	Verificare	2.7 Regimul disciplinei	DC

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							40
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren							20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri							40
Tutoriat							
Pregătire examinări							
Alte activități.....							
3.9 Total ore studiu individual	100						
3.10 Total ore din planul de învățământ	42						
3.11 Total ore pe semestru	142						
3.12 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	1. Cunoaștere și înțelegere (cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei) • să identifice în mod corect rolul resursei umane în viața organizației; • să stabilească metodele adecvate de evaluare a performanțelor profesionale; • să identifice în mod corect instrumentele specifice evaluării; • să utilizeze metodele potrivite de evaluare a performanțelor profesionale pentru angajații diverselor companii; • să comunice în mod eficient cu membrii organizației pentru realizarea evaluării angajaților 2. Explicare și interpretare (explicarea și interpretarea unor idei, proiecte, procese, precum și a conținuturilor teoretice și practice ale disciplinei) • poate analiza rolul evaluării performanțelor profesionale în procesele specifice resurselor umane; • identifică și analizează metodele de realizare a evaluărilor de performanțe profesionale; • poate proiecta un experiment privind sistemele de evaluare a performanțelor; • poate utiliza cu succes metoda centrului de dezvoltare. 3. Instrumental - aplicative (proiectarea, conducerea și evaluarea activităților practice specifice: utilizarea unor metode, tehnici și instrumente de investigare și de aplicare) • studenții pot realiza individual un proiect de cercetare care să pună în evidență rolul stabilirii criteriilor în evaluarea performanțelor profesionale în organizații; • cunosc valoarea elementelor componente ale managementului performanței; • sunt antrenați în exerciții care urmăresc creșterea competenței în evaluarea performanțelor profesionale pentru angajații lor. • studenții învață să elaboreze propriile instrumente care măsoară performanța profesională pe baza competențelor specifice activității derulate. 4. Atitudinale (manifestarea unei atitudini pozitive și responsabile față de domeniul științific/centrat pe valori și relații democratice/ promovarea unui sistem de valori culturale morale și civice / valorificarea optimă și creativă a propriului potențial în activitățile științifice / implicarea în dezvoltarea instituțională și în promovarea inovațiilor științifice / angajarea în relații de parteneriat cu alte persoane- instituții cu responsabilități similare / participarea la propria dezvoltare profesională) • studenții sunt familiarizați cu etapele necesare aplicării evaluărilor de performanțelor profesionale; • cunosc valoarea aplicării corecte a procedurilor de realizare specifice proceselor de management al performanțelor; • sunt analizate metode de ultimă oră aplicate în evaluarea performanțelor profesionale pentru angajaților.



Competențele	Prin participarea la cursurile acestei materii, studenții vor dobândi următoarele cunoștințe și abilități specifice: • să gestioneze bugete de evaluarea performanțelor profesionale; • să gestioneze potențiale conflicte funcție de cultura și climatul organizației în care funcționează echipa supusă procesului de evaluare; • să motiveze membrii echipei funcție de etapa de dezvoltare a proiectului de evaluare de performanțe
--------------	---

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

7.1 Obiectiv general	Cursul își propune abordarea principalelor subiecte legate de evaluarea profesională a resurselor umane, în speță evaluarea performanțelor și evaluarea sistemelor de dezvoltare. Sunt tratate, de asemenea, situațiile de structurare a diverselor sisteme de evaluare determinate de contextul economic actual. Sunt descrise și aspectele ce țin de analiza postului ca proces ce preceda evaluările angajaților. Este tratată, de asemenea, evaluarea prin metoda centrelor de dezvoltare.
7.2 Obiective specifice	Acumularea de cunoștințe în domeniul: • Analizei postului, aplicând diverse metode. Acumularea de cunoștințe care să permită studenților elaborarea sistemelor de analiza postului, evaluare, în diverse domenii de activitate, în cadrul organizațiilor naționale și transnaționale. • Elaborarea instrumentelor și derularea proceselor de evaluare.

8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Observații
Cursul 1. Managementul resurselor umane -generalități. Analiza postului.	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
Cursul 2. Evaluarea performanțelor. Sistemul de evaluare în Europa și România. Evoluția aprecierii performanțelor profesionale.	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
Cursul 3. Ciclul de gestionare a procesului de evaluare. Scopurile/obiectivele evaluării performanțelor	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
Cursul 4. Clasificarea, prezentarea metodelor și tehnicilor de evaluare actuale. Surse de erori	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
Cursul 5. Evaluarea bazată pe competențe. Considerații generale asupra Centrelor de evaluare	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
Cursul 6, Evaluarea cu sursă multiplă (180 de grade, 360 grade, 720 de grade). Interviu de evaluare	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
Cursul 7. Evaluare prin obiective. Elaborarea instrumentelor de evaluare	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
Bibliografie: • Carmen, Novac, Influența globalizării asupra managementului resurselor umane, București, Editura Printech. 2011. • Carmen Novac, Managementul personalului – între necesitate și realitate, București, Editura Triconic, 2013.		



- Carmen Novac, Evaluarea în managementul resurselor umane. Trecut, prezent și viitor București, Editura Triconic, 2016
- Dessler, G. Human Resource Management, London: Prentice Hall, Pearson Education International, Ninth Edition. 2003
- Pânișoară, Ion, Pânișoară, Georgeta, Managementul resurselor umane, București, Ed. Polirom, 2016.
- Pitariu, Horia. Proiectarea fișelor de post. Evaluarea posturilor de muncă și a personalului. Ghid practic pentru manageri. București Ed. IRECSO, 2004.
- Pitariu, Horia. Managementul resurselor umane. Evaluarea personalului. București. Ed. All. 2000.
- Armstrong, Michael. Managementul Resurselor Umane: manual de practică. București. Ed. Codex. 2003.
- Price, Alan. Human Resource Management in a Business Context. 3rd Edition London: Thomson Learning. 2007
- Verboncu, Ion (coordonator), Management. Eficiență, eficacitate, eficiență, performanță, București, Ed. Universitară, 2018.

8.2. Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
Seminarul 1 - Prezentarea portofoliului de teme destinate evaluării finale	Prezentarea orală a conținutului portofoliului de teme în fața studenților	
Seminarul 2 - Analiza postului. Reprezentarea meseriilor	Exerciții cu studenții și analiza critică a bibliografiei consultate	
Seminarul 3-Realizare Fișe de post	Exerciții cu studenții și analiza critică a bibliografiei consultate	
Seminarul 4 - Stabilirea etapelor procesului de evaluare a performanțelor.	Conducerea unui experiment în clasă pe echipe de lucru.	
Seminarul 5 - Elaborarea procedurii de evaluare a postului	Conducerea unui experiment în clasă pe echipe de lucru.	
Seminarul 6 - Elaborarea instrumentelor de evaluare a performanțelor;	Conducerea unui experiment în clasă pe echipe de lucru.	
Seminarul 7 - Studiu de caz: organizarea unui centru de dezvoltare pentru pozițiile manageriale din cadrul departamentelor suport din proiectele de echipa	Conducerea unui experiment în clasă pe echipe de lucru.	
Seminarul 8 - Studiu de caz: organizarea unui centru de dezvoltare pentru pozițiile manageriale din cadrul departamentelor suport din proiectele de echipa	Conducerea unui experiment în clasă pe echipe de lucru.	
Seminarul 9 - Studiu de caz: organizarea unui centru de evaluare pentru pozițiile manageriale din cadrul departamentelor suport din proiectele de echipa	Conducerea unui experiment în clasă pe echipe de lucru. Prezentări ale studenților	



Seminarul 10 - Elaborare joc assessment center	Conducerea unui experiment în clasă pe echipe de lucru. Prezentări ale studenților	
Seminarul 11- Studiu de caz -Fișele de post instrumente definitorii	Exerciții și studii de caz, cu studenții	
Seminarul 12- Studiu de caz -Importanța evaluărilor de personal	Exerciții și studii de caz, cu studenții	
Seminarul 13-Elaborare glosar de termeni	Exerciții cu studenții și analiza critică a bibliografiei consultate	
Seminarul 14- Susținerea proiecte pe echipe.	Susțineri de prezentări.	

Bibliografie:

- Al-Qudah, M. et al. (2016). *Linkage of Job Analysis to Performance Management: A Case Study*.
- Badreddine, Z., & Aoun, M. (2019). *Performance Appraisal Systems in Hiram Hospital and Its Impact on Employee Performance: A Case Study*.
- Dochie, Elena & Herman, Cosmin & Epure, Carmen. (2017). *Using Gamification for the Development of Soft Skills: "Skill Generator" Assessment Game – Case Study*.
- Eze, S. (2024). *Job Description as a Strategic Tool to Boost Business Profitability: Case Study of the Soft Drinks Industry*.
- Kiron, D., & Spindel, B. (2019). *Rebooting Work for a Digital Era (IBM Case Study)*. MIT Sloan Management Review
- Meiring, D. et al. (2012). *Investigating the Construct Validity of a One-day Development Assessment Centre (DAC): A Case Study*. *SA Journal of Industrial Psychology*.
- O'Brien, M. et al. (2020). *Advancing Results through Case Managers: Job Descriptions Compilation (Promise Neighborhoods)*. Urban Institute
- Putra, R. et al. (2025). *Development of Performance Evaluation Instruments for Faculty of National Sports Sciences Lecturers: A Case Application*.

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;
- Majoritatea tematicilor tratate în cadrul cursului și seminarelor se înscriu în preocupările actuale în domeniul managementului resurselor umane;
- Cadrul didactic deține lucrări în domeniu, predă această disciplină de mai mult de 10 ani și a realizat cercetări proprii în domeniul managementului resurselor umane

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4. Curs			



10.5 Seminar/Laborator	Prezență la seminarii 50%.	lucrări practice la seminar / realizare portofoliu teme de seminar în echipă.	70%
		rezolvare studiu de caz individual	30%
10.6 Standard minim de performanță:			
Realizarea în proporție de 50% a temelor de seminar și depunerea studiului de caz individual (la data programată pentru restanță).			

Data completării
1.10.2025

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

Data avizării în Consiliul FCRP
Conf. univ. dr. Loredana Vladu
.....

Semnătura 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	Gamification in project management						
2.2 Titularul activităților de curs	Lector univ. dr. Mirela Pîrvan						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lector univ. dr. Mirela Pîrvan						
2.4 Anul de studiu	3	2.5 Semestrul	6	2.6 Tipul de evaluare	Examen	2.7 Regimul disciplinei	DC

3. Timpul total estimat (ore pe semestru pentru activitățile didactice)							
3.1 Număr de ore pe săptămână	5	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar	1	3.4 laborator/ activități practice	2
3.5 Total ore din planul de învățământ	70	din care: 3.6 curs	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							7
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren							7
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri							50
Tutoriat							3
Pregătire examinări							10
Alte activități.....							3
3.9 Total ore studiu individual	80						
3.10 Total ore din planul de învățământ	70						
3.11 Total ore pe semestru	150						
3.12 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	1. Cunoaștere și înțelegere (<i>cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei</i>) • Cunoașterea noțiunilor de: ciclul de viață al proiectului, procese de management de proiect (inițiere, planificare, execuție, monitorizare și control, încheiere), triplă constrângere, părți interesate, etc.; • Înțelegerea principalelor activități și atribuții ale unui manager de proiect 2. Explicare și interpretare (<i>explicarea și interpretarea unor idei, proiecte, procese, precum și a conținuturilor teoretice și practice ale disciplinei</i>) • Cunoașterea termenilor și noțiunilor de bază din managementul proiectelor • Înțelegerea rolului de manager de proiect • Înțelegerea importanței și a provocărilor lucrului și colaborării în cadrul echipelor de proiect 3. Instrumental - aplicative (proiectarea, conducerea și evaluarea activităților practice specifice: utilizarea unor metode, tehnici și instrumente de investigare și de aplicare) • Identificarea ciclului de viață al proiectelor. • Identificarea proceselor de management de proiect • Elaborarea documentelor specifice unui proiect (carta proiectului sau a echipei, analiza părților interesate, structura de defalcare a activității proiectului - WBS, calendarul proiectului - Gantt etc.) 4. Atitudinale (manifestarea unei atitudini pozitive și responsabile față de domeniul științific/centrat pe valori și relații democratice/ promovarea unui sistem de valori culturale morale și civice / valorificarea optimă și creativă a propriului potențial în activitățile științifice / implicarea în dezvoltarea instituțională și în promovarea inovațiilor științifice / angajarea în relații de parteneriat cu alte persoane - instituții cu responsabilități similare / participarea la propria dezvoltare profesională). • Construirea unei perspective corecte în ceea ce privește finalitatea demersului unui specialist în managementul proiectelor • Respectarea principiilor etice ale managementului proiectelor
Competențe transversale	1. Obținerea unor rezultate concret prin integrarea cunoștințelor deja dobândite în materie de comunicare și relații publice dobândite și prin aplicarea noilor cunoștințe de gestionare a proiectelor. 2. Sunt discutate cercetări exemplare utile și actuale pentru gestionarea proiectelor din domenii diverse 3. Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și a adaptării la cerințele pieței muncii 4. Abilități de lucru în echipă 5. Abilitatea de învățare prin joc
7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)	



7.1 Obiectiv general	Cursul își propune, utilizând tehnici de gamificare, să ghideze studenții - în cel mai interactiv mod posibil - printre conceptele și instrumentele, procesele și competențele necesare pentru realizarea cu succes a proiectelor inițiate de diferite organizații. Obiectivul principal este de a oferi un „produs” de studiu complex, format din teorii, concepte, metode, pe de o parte, și exemple, studii de caz, exerciții, pe de altă parte.
7.2 Obiective specifice	1. să analizeze critic și să identifice corect ciclul de viață adecvat al unui proiect, precum și procesele de management de proiect; 2. să conceapă și să elaboreze documente specifice unui proiect (carta proiectului sau a echipei, analiza părților interesate, structura de defalcare a activității proiectului, calendarul proiectului etc.) 3. să înțeleagă rolul de manager de proiect și atât importanța, cât și provocările lucrului și colaborarea în cadrul echipelor de proiect 4. să fie capabili să obțină un rezultat concret prin integrarea cunoștințelor deja dobândite în materie de comunicare și relații publice și prin aplicarea noilor cunoștințe de gestionare a proiectelor.
7.3. Rezultatele învățării	CUNOȘTINȚE ● Să explice și să definească conceptele fundamentale și noțiunile de bază ale managementului de proiect, incluzând ciclul de viață al proiectului, procesele de management (inițiere, planificare, execuție, monitorizare, control și încheiere), tripla constrângere și părțile interesate. ● Să înțeleagă rolul, activitățile principale și atribuțiile unui manager de proiect, precum și importanța și provocările lucrului în echipe de proiect. ● Să identifice și să explice diverse metodologii de management de proiect (ex. tradițional, agil) și modul în care acestea pot fi aplicate în diferite contexte. ● Să cunoască principiile și modalitățile de integrare a conceptelor de gamification în procesele de management de proiect, precum și beneficiile acesteia. ● Să fie la curent cu cercetări exemplare și practici actuale în gestionarea proiectelor și în domeniul gamification-ului aplicat. ABILITĂȚI ● Să analizeze critic și să identifice ciclul de viață și procesele de management adecvate pentru diverse tipuri de proiecte. ● Să conceapă și să elaboreze documente cheie specifice unui proiect, cum ar fi carta proiectului, analiza părților interesate, structura de defalcare a activității (WBS) și calendarul (Gantt). ● Să utilizeze instrumente și tehnici specifice managementului de proiect pentru definirea scopului, bugetului, resurselor și gestionarea riscurilor. ● Să integreze și să aplice cunoștințele dobândite în comunicare și relații publice cu cele de management de proiect pentru a obține rezultate concrete. ● Să colaboreze eficient în echipe de proiect, contribuind la luarea deciziilor și la rezolvarea problemelor, utilizând inclusiv abilitatea de a învăța prin joc. ● Să realizeze prezentări orale și rapoarte scrise clare și coerente privind stadiul și rezultatele proiectelor. RESPONSABILITATE ȘI AUTONOMIE ● Să demonstreze o atitudine proactivă și responsabilă față de dezvoltarea propriei expertize în managementul de proiect, inclusiv prin autoevaluarea nevoilor de formare profesională. ● Să respecte principiile etice în toate etapele managementului de proiect,



	asigurând integritatea și transparența demersurilor. • Să își asume responsabilitatea pentru contribuțiile individuale la proiectele de echipă și pentru calitatea documentelor elaborate. • Să manifeste autonomie în pregătirea și prezentarea materialelor de seminar, precum și în gestionarea sarcinilor individuale și de grup. • Să dezvolte o gândire critică și o perspectivă corectă asupra finalității demersurilor unui specialist în managementul proiectelor, contribuind la promovarea inovației și a valorilor culturale.
--	--

8. Conținuturi		
8.1. Curs	Metode de predare	Observații
1. Prezentarea cursului și abordarea cursului. Ce este managementul proiectelor? Metodologii de management de proiect Ciclul de viață al proiectului	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Videoproiect or necesar
2. Tripla constrângere și evoluția sa Ciclul de viață al proiectelor Documentul de inițiere a proiectului: rol, colaboratori, conținut și importanță	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților.	Videoproiect or necesar
3. Părțile interesate ale proiectului 1 - definiție, importanță și relevanță pentru managementul proiectului. Managementul părților interesate: identificare, analiză, măsuri pentru implicarea părților interesate. Exemple	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților. Exemple.	Videoproiect or necesar
4. Aria de cuprindere a proiectelor. Descompunerea livrabilelor. Structura defalcată a proiectului	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților. Exemple.	Videoproiect or necesar
5. Definirea domeniului de aplicare și a activităților proiectului 1: instrumente și tehnici utilizate în managementul proiectelor pentru definirea domeniului de aplicare și a activităților proiectului. Bune practici și exemple	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Videoproiect or necesar
6. Bugetul proiectului. Planificări bugetare	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Videoproiect or necesar
7. Calendarul proiectului 1. Definirea calendarului proiectului: instrumente și tehnici utilizate în managementul proiectelor pentru definirea calendarului proiectului. Bune practici și exemple	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Videoproiect or necesar
8. Planificarea resurselor umane. Alocarea responsabilităților într-un proiect. Competențe necesare pentru rolul de manager de proiect. Autoorganizarea echipelor	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Videoproiect or necesar



9. Lucrul în echipe de proiect 1: etapele de formare a echipei de proiect. Luarea deciziilor în cadrul proiectelor: valoarea și beneficiile deciziilor luate în echipă	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Videoproiect or necesar
10. Planul de management al riscurilor. Strategii și măsuri de răspuns la risc	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Videoproiect or necesar
11. Comunicarea în cadrul proiectului. Planificarea activităților de comunicare	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Videoproiect or necesar
12. AI și tehnologia în managementul de proiect	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Videoproiect or necesar
13. Raportarea stadiului proiectelor de semestru – rezultate intermediare. Monitorizarea și controlul proiectelor	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Videoproiect or necesar
14. Recapitulare	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Videoproiect or necesar

Bibliografie:

- Association for Project Management. (2022). APM Body of Knowledge. 7th edition. <https://www.apm.org.uk/book-shop/apm-body-of-knowledge-7th-edition/>
- Bonghez, S. (2017). Din provocările unui manager de proiect. Faceți cunoștință cu Gogu! București: comunicare.ro.
- Gareis, R. (2000). Program management and project portfolio management: new competences of project-oriented organizations. Paper presented at Project Management Institute Annual Seminars & Symposium, Houston, TX. Newtown Square, PA: Project Management Institute.
- Gareis, R. (2006). Global Project Management Handbook: Planning, Organizing, and Controlling International Projects, 2nd Edition. 1994 The McGraw-Hill Companies, Inc.
- IFRC. (2011). Project/programme monitoring and evaluation (M&E) guide. https://www.ifrc.org/sites/default/files/2024-06/Project-programme%20monitoring%20and%20evaluation%20guide_IFRC.pdf
- INLAND Software. (2017). When, Why, and How to use an Agile-Waterfall Hybrid Methodology. <https://content.intland.com/agile-waterfall/when-why-and-how-to-use-an-agile-waterfall-hybrid-methodology>
- Margaras, V., Széchy, B. (2023). Ghidul privind finanțarea UE. Ediția 2023. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2023/747110/EPRS_STU\(2023\)747110_RO.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2023/747110/EPRS_STU(2023)747110_RO.pdf)
- Project Management Institute. (2021). A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK® Guide) – Seventh Edition and The Standard for Project Management.
- Project Management Institute. (2023). 2023 PMI Annual Global Survey.



- Project Management Institute. (2024). The report, 'First Movers' Advantage: The Immediate Benefits of Adopting Generative AI for Project Management,' is crafted from research gathered from the PMI. <https://www.pmi.org/learning/thought-leadership/benefits-of-ai-for-project-management>
- Thomas, K. W., & Kilmann, R. H. (2010). Thomas-Kilmann Instrument Conflict Mode Thomas-Kilmann Conflict Mode Instrument Profile and Interpretive Report. www.cpp.com
- Vladu, L., Pîrvan, M. (2024). Management de proiect. Cum transformăm o idee bună într-un rezultat durabil. Editura Comunicare.ro, București.
- Wysocki, R. (2014). Effective Project Management: Traditional, Agile, Extreme. (7th editio).
- Zapounidis, C., Galariotis, E. (2015). Quantitative Risk Management. John Wiley & Sons. New Jersey.

8.2. Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Formarea echipelor de proiect. Alegerea temei proiectului. Lucrul la carta proiectelor de seminar – 1 Feedback	Exerciții și studii de caz	Videoproiector necesar
2. Lucrul la carta proiectelor de seminar – 2 Planificarea stakeholderilor Feedback	Exerciții și studii de caz	Videoproiector necesar
3. Definirea rezultatelor proiectului și convenirea asupra cerințelor acestuia Aria de cuprindere a proiectelor – descompunerea livrabilelor și elaborarea WBS Feedback	Exerciții și studii de caz	Videoproiector necesar
4. Elaborarea bugetului și a graficului Gantt Feedback	Exerciții și studii de caz	Videoproiector necesar
5. Planificarea resurselor umane Matricea de alocare a responsabilităților Feedback	Exerciții și studii de caz	Videoproiector necesar
6. Managementul riscurilor Prezentarea conceptului fiecărui proiect de echipă Feedback	Exerciții și studii de caz	Videoproiector necesar
7. Prezentări finale ale proiectelor de echipă. Evaluarea și discutarea rezultatelor echipei	Exerciții și studii de caz	Videoproiector necesar

Bibliografie:

- Association for Project Management. (2022). APM Body of Knowledge. 7th edition. <https://www.apm.org.uk/book-shop/apm-body-of-knowledge-7th-edition/>
- Bonghez, S. (2017). Din provocările unui manager de proiect. Faceți cunoștință cu Gogu! București: comunicare.ro.



- Gareis, R. (2000). Program management and project portfolio management: new competences of project-oriented organizations. Paper presented at Project Management Institute Annual Seminars & Symposium, Houston, TX. Newtown Square, PA: Project Management Institute.
- Gareis, R. (2006). Global Project Management Handbook: Planning, Organizing, and Controlling International Projects, 2nd Edition. 1994 The McGraw-Hill Companies, Inc.
- IFRC. (2011). Project/programme monitoring and evaluation (M&E) guide. https://www.ifrc.org/sites/default/files/2024-06/Project-programme%20monitoring%20and%20evaluation%20guide_IFRC.pdf
- INLAND Software. (2017). When, Why, and How to use an Agile-Waterfall Hybrid Methodology. <https://content.intland.com/agile-waterfall/when-why-and-how-to-use-an-agile-waterfall-hybrid-methodology>
- Margaras, V., Széchy, B. (2023). Ghidul privind finanțarea UE. Ediția 2023. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2023/747110/EPRS_STU\(2023\)747110_RO.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2023/747110/EPRS_STU(2023)747110_RO.pdf)
- Project Management Institute. (2021). A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK® Guide) – Seventh Edition and The Standard for Project Management.
- Project Management Institute. (2023). 2023 PMI Annual Global Survey.
- Project Management Institute. (2024). The report, 'First Movers' Advantage: The Immediate Benefits of Adopting Generative AI for Project Management,' is crafted from research gathered from the PMI. <https://www.pmi.org/learning/thought-leadership/benefits-of-ai-for-project-management>
- Thomas, K. W., & Kilmann, R. H. (2010). Thomas-Kilmann Instrument Conflict Mode Thomas-Kilmann Conflict Mode Instrument Profile and Interpretive Report. www.cpp.com
- Vladu, L., Pîrvan, M. (2024). Management de proiect. Cum transformăm o idee bună într-un rezultat durabil. Editura Comunicare.ro, București.
- Wysocki, R. (2014). Effective Project Management: Traditional, Agile, Extreme. (7th editio).
- Zapounidis, C., Galariotis, E. (2015). Quantitative Risk Management. John Wiley & Sons. New Jersey.

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 managementului proiectelor
- 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 managementul de proiect	Examenul final va cuprinde test scris – rezolvarea unui studiu de caz.	50%



10.5 Seminar	Capacitatea de lucra în echipa și de a elabora documentele specifice unui proiect	Realizare proiect. Nota de la seminar se va calcula luând în considerare o nota obținută pentru realizarea și prezentarea unui proiect în echipă și o nota din activitatea de seminar (contribuții individuale, parcurgerea bibliografiei obligatorii, teste, lucrări).	50%
10.6 Standard minim de performanță:			
Obținerea notei 5 la examen și la proiectul de echipă.			

Data completării
1.10.2025

Titular curs
Lector univ. dr. Mirela Pîrvan

Titular seminar
Lector univ. dr. Mirela Pîrvan

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	Leadership						
2.2 Titularul activităților de curs	Lector univ. dr. Camelia Crișan						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lector univ. dr. Camelia Crișan						
2.4 Anul de studiu	3	2.5 Semestrul	6	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	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							25
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren							25
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri							25
Tutoriat							5
Pregătire examinări							9
Alte activități.....							5
3.9 Total ore studiu individual	94						
3.10 Total ore din planul de învățământ	56						
3.11 Total ore pe semestru	150						
3.12 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: • Identifică și analizează elementele care definesc procesul de leadership. • Identifică caracteristicile marilor modele de leadership. • Definesc și interpretează comportamente specifice liderului. • Proiectează, adaptează și evaluează instrumente de evaluare a performanței liderului. • Completează și interpretează chestionare care le oferă o percepție asupra propriilor competențe și a competențelor altora • Aplică modele comportamentale în situații practice pentru creșterea eficienței organizațiilor. • Analizează critic mesaje teorii, interpretări și modele de leadership unde își desfășoară activitatea.
Competențe transversale	Prin participarea la cursurile acestei materii, studenții vor dobândi următoarele cunoștințe și abilități specifice: • Creează cadre de competenței pentru recrutarea și selectarea liderilor. • Identifică eficiența organizațiilor din perspectiva competențelor liderilor. • Identifică sau creează instrumente de lucru pentru conducerea organizațiilor • Comunică eficient în echipe și cu colegii exercitând un leadership eficient. • Analizează critic texte, identifică modele și le compară pentru a sintetiza modele de leadership în diverse situații. • Cresc adaptabilitatea și învățarea continuă, în funcție de provocările societale și tehnologice cu care se confruntă organizațiile.

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

7.1 Obiectiv general	Cursul își propune transmiterea teoriilor relevante în domeniul conducerii organizațiilor precum și formarea unor competențe de analiză critică (comparații, sinteze, adaptare) și de utilizare eficientă a acestora în contexte instituționale diverse dar și în contextul activității zilnice.
7.2 Obiective specifice	• să cunoască teoriile clasice și moderne ale conducerii și implicațiile acestora în diverse domenii ale vieții sociale • să înțeleagă modul în care evoluția societală influențează percepția despre conducere • să analizeze stilul de conducere al diverșilor lideri din diverse domenii de activitate; • să utilizeze instrumente de cercetare standardizate privind evaluarea stilului de leadership și să interpreteze datele obținute; • să utilizeze rezultatele instrumentelor în eficientizarea propriului stil de conducere;
7.3. Rezultatele învățării	CUNOȘTINȚE • Cunoaște teoriile clasice de leadership – a oamenilor mari și a trăsăturilor. • Cunoaște teoriile moderne de leadership – full range, lider servitor, teoria schimbului. • Cunoaște instrumente de măsurare și evaluare a leadership-ului.



- Înțelege necesitatea versatilității comportamentului liderului
- ABILITĂȚI**
- Construieste profile de competențe pentru lideri.
 - Instrumente de cercetare pentru evaluarea trăsăturilor liderilor.
 - Aplică modele teoretice de leadership pentru rezolvarea unor situații din viața reală.
 - Analizează, contrastează și compară profile de lideri
- RESPONSABILITATE ȘI AUTONOMIE**
- Evaluează din perspectivă etică decizii de leadership în relație cu norme sociale și comunitare
 - Promovează un spirit al dialogului și schimbului deschis de idei.
 - Colaborează cu echipa pentru realizarea sarcinilor comune.
 - Își asumă responsabilitatea pentru partea de activități pe care și le i aspre îndeplinire și pentru corectitudinea datelor furnizate.

8. Conținuturi			
8.1. Curs	Metode de predare		Observații
Cursul 1. Despre leadership. Evoluția istorică a conceptului.	Prelegere, dezbateri	discuții,	NA
Cursul 2. Teoriile clasice ale conducerii – partea 1	Prelegere, dezbateri	discuții,	NA
Cursul 3. Teoriile clasice ale conducerii – partea 2	Prelegere, dezbateri	discuții,	NA
Cursul 4. Teorii moderne ale conducerii	Prelegere, dezbateri	discuții,	NA
Cursul 5. Carisma în leadership	Prelegere, dezbateri	discuții,	NA
Cursul 6. Femeile lider	Prelegere, dezbateri	discuții,	NA
Cursul 7. Liderul care servește	Prelegere, dezbateri	discuții,	NA
Cursul 8. Conducerea bazată pe principii – etica în leadership	Prelegere, dezbateri	discuții,	NA
Cursul 9. Elemente de conducerea echipei. Fazele formării echipelor	Prelegere, dezbateri	discuții,	NA
Cursul 10. Funcții specifice managerului: recrutarea și selecția de personal	Prelegere, dezbateri	discuții,	NA
Cursul 11. Funcții specifice managerului: dezvoltarea personalului prin coaching	Prelegere, dezbateri	discuții,	NA
Cursul 12. Eroul ca lider	Prelegere, dezbateri	discuții,	NA
Cursul 13. Organizații disfuncționale, lideri toxici	Prelegere, dezbateri	discuții,	NA
Cursul 14. Modelul full range de leadership vs management.	Prezentări, feedback	discuții,	NA



Bibliografie:

- Badaracco, J.L. (2009). *Probă de caracter*. București: Publica.
- Barrasa, A. (2023). *Leadership. Viitorul mai aproape de oameni*. București: Litera.
- Chizek, J. A. (2025). The Relationship Between Leadership Styles and Organizational Effectiveness in US Military Major Combat Units.
- Godin, S. (2023). *Cântecul relevanței. Un nou manifest pentru echipe*. București: Publica.
- Lingampally, A. (2025). *Impact of leadership styles on employee motivation* (Doctoral dissertation, Dublin, National College of Ireland).
- Maxwell, J. (2022). *Lider în vremuri dificile*. București: Amaltea.
- Sinek, S. (2018). *Începe cu de ce*. București: Publica.
- Zlate, M. (2004a). *Leadership și management*. Iași: Polirom.
- Zlate, M. (2004b). *Tratat de psihologie organizațional-managerială*, Vol. I. Iași: Polirom.

8.2. Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
Seminarul 1. Prezentare modele leadership: Barbery, M. (2020). <i>Eleganța ariciului</i> . București: Nemira. Card, O. S. (2015). <i>Jocul lui Ender</i> . București: Nemira.	Susțineri de prezentări.	NA
Seminarul 2. Prezentare modele leadership: Franzen, J. (2016) <i>Puritate</i> . Iași: Polirom Garcia Marquez, G. (2014) <i>Toamna patriarhului</i> . București: RAO.	Susțineri de prezentări.	NA
Seminarul 3. Prezentare modele leadership: Houellbecq, M. (2015) <i>Supunere</i> . București: Humanitas. Isaacson, W. (2012). <i>Steve Jobs</i> . București: Publica.	Susțineri de prezentări.	NA
Seminarul 4. Prezentare modele de leadership: Johnson, P. (2017) <i>Churchill</i> . București: Humanitas Maalouf, M. (2019) <i>Periplul lui Baldassare</i> . Iași: Polirom.	Susțineri de prezentări.	NA
Seminarul 5. Prezentare modele de leadership: Obama, M. (2018) <i>Povestea mea</i> . București: Litera. Pakula, H. (2019) <i>Ultima romantică. Biografia Reginei Maria</i> . București: Curtea Veche.	Susțineri de prezentări.	NA
Seminarul 6. Prezentare modele de leadership: Paterniti, M. (2015) <i>Camera de povestit</i> . București: Publica Rizea, E. și C. Drăgoi (2012) <i>Povestea Elisabetei Rizea din Nucșoara</i> . București: Humanitas.	Susțineri de prezentări.	NA
Seminarul 7. Prezentare modele de leadership: Niculescu. T. (2020) <i>Seducătorul domn Nae</i> , București: Editura Humanitas. Saramago, J. (2012) <i>Evangelhia după Isus Cristos</i> . Iași: Polirom.	Susțineri de prezentări.	NA



Bibliografie:

1. Barberly, M. (2020). *Eleganța ariciului*. București: Nemira.
2. Card, O. S. (2015). *Jocul lui Ender*. București: Nemira.
3. Franzen, J. (2016) *Puritate*. Iași: Polirom
4. Garcia Marquez, G. (2014) *Toamna patriarhului*. București: RAO.
5. Houellbecq, M. (2015) *Supunere*. București: Humanitas.
6. Isaacson, W. (2012). *Steve Jobs*. București: Publica.
7. Johnson, P. (2017) *Churchill*. București: Humanitas
8. Maalouf, M. (2019) *Periplul lui Baldassare*. Iași: Polirom.
9. Obama, M. (2018) *Povestea mea*. București: Litera.
10. Pakula, H. (2019) *Ultima romantică. Biografia Reginei Maria*. București: Curtea Veche.
11. Paterniti, M. (2015) *Camera de povestit*. București: Publica
12. Rizea, E. și C. Drăgoi (2012) *Povestea Elisabetei Rizea din Nucșoara*. București: Humanitas.
13. Niculescu. T. (2020) *Seducătorul domn Nae*. București: Humanitas.
14. Saramago, J. (2012) *Evangelhia după Isus Cristos*. Iași: Polirom.

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 teorii referitoare la leadership, inclusiv modul în care liderii de azi trebuie să răspundă provocărilor geopolitice, generaționale, tehnologice și de design organizațional care pot apărea. Ca urmare, activitățile realizate la curs și seminar le vor permite studenților să navigheze cerințele versatile impuse de acestea, adaptând modalități de conducere teoretizate la diverse contexte instituționale sau din viața personală.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4. Curs	Eseu	Examen scris	50%
10.5 Seminar	Video-eseul	Proiect de echipă	40%
		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
Lector univ. dr. Camelia Crișan

Titular seminar
Lector univ. dr. Camelia Crișan

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

2. Date despre disciplină							
2.1 Denumirea disciplinei	Mass Media și Societatea						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Oana Ștefăniță						
2.3 Titularul activităților de seminar	Asist. univ. dr. Mihai Gavrilă						
2.4 Anul de studiu	III	2.5 Semestrul	V	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: 3.2 curs	2	3.3 seminar	1	3.4 laborator/ activități practice	2
3.5 Total ore din planul de învățământ	70	din care: 3.6 curs	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							30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren							30
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri							30
Tutoriat							3
Pregătire examinare							4
Alte activități.....							8
3.9 Total ore studiu individual	105						
3.10 Total ore din planul de învățământ	70						
3.11 Total ore pe semestru	175						
3.12 Numărul de credite	7						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)	
4.1 de curriculum	● Absolvirea cursului de Mass Media și Societatea (anul III)
4.2 de competențe	● Competențe teoretice generale privind paradigmele efectelor comunicării de masă

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

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: • să înțeleagă teoriile și modelele privind relația dintre mass-media, societate și opinie publică; • să analizeze fenomenele de propagandă, persuasiune și dezinformare în spațiul public; • să construiască și să aplice grile de analiză pentru evaluarea conținuturilor mediatice; • să interpreteze în mod critic impactul tehnologiilor emergente (AI, algoritmi, platforme digitale) asupra procesului comunicării publice; • să analizeze rolul mass-media în societatea contemporană și modul în care aceasta influențează și modelează opinia publică.
C o m p e t e n ț e t r a n s v e r s a	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 redacteze documente profesionale și să susțină prezentări orale clare și coerente în contexte academice și profesionale; • să evalueze critic informații, argumente și surse, demonstrând reflexivitate în interpretarea acestora; • să planifice și să realizeze proiecte aplicative atât individual, cât și prin colaborare eficientă în echipă.



I e	
7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)	
7.1 Obiectiv general	Formarea cunoștințelor și abilităților necesare pentru înțelegerea și analiza critică a rolului mass-media în societatea contemporană și pentru aplicarea acestora în contexte profesionale specifice publicității și comunicării.
7.2 Obiective specifice	● Prezentarea evoluției mass-media și a principalelor teorii privind opinia publică. ● Explicarea fenomenelor mediatice prin concepte și modele teoretice fundamentale. ● Aplicarea cunoștințelor dobândite la analiza situațiilor reale din mass-media românească și internațională. ● Dezvoltarea abilității de a construi instrumente de analiză aplicate pentru evaluarea conținuturilor media.
7.3 Rezultatele Învățării	CUNOȘTINȚE ● Explică principalele teorii și modele privind relația dintre mass-media, societate și opinia publică (ex. agenda-setting, spirala tăcerii, framing, uses & gratifications). ● Identifică fenomenele asociate cu propagandă, persuasiune, dezinformare și impactul tehnologiilor emergente (AI, algoritmi, platforme digitale) asupra spațiului public. ● Recunoaște componentele semiotice și multimodale ale mesajelor media (text, imagine, sunet, video). ● Identifică structurile de proprietate, mecanismele de control și distribuție din sistemele mass-media contemporane. ● Reproduce concepte fundamentale referitoare la rolul mass-media și la implicațiile etice ale comunicării mediatice. APTITUDINI ● Analizează critic conținuturi media (texte, imagini, materiale video) utilizând grile teoretice și instrumente de cercetare validate. ● Aplică proceduri de colectare și analiză a datelor media utilizând instrumente digitale specifice cercetării în comunicare. ● Aplică metode de evaluare a efectelor media asupra opiniei publice, inclusiv în contextul rețelelor sociale și al comunicării algoritmice. ● Redactează și prezintă rapoarte sau studii privind fenomene mass-media, demonstrând capacitate de sinteză și argumentare logică. ● Evaluează credibilitatea, relevanța și acuratețea surselor media și identifică dezinformarea. RESPONSABILITATE ȘI AUTONOMIE ● 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.
- Aplică consecvent principiile etice, normele deontologice și legislația în vigoare în analiza și producerea mesajelor media.
- Analizează critic reprezentările media ale grupurilor sociale, identificând stereotipuri și distorsiuni.
- 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. Introducere în studiul mass-media contemporane	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
Cursul 2. Propagandă, persuasiune și manipulare mediatică	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
Cursul 3. Dezinformarea și fake news. Strategii de contracarare	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
Cursul 4. Agenda-setting, framing și priming în societatea informațională	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
Cursul 5. Inteligența Artificială și jurnalismul automatizat	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
Cursul 6. Etica și responsabilitatea socială a tehnologiilor emergente	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
Cursul 7. Comunicare mediată de influenceri și creatorii de conținut	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
Cursul 8. Teoria utilizărilor și recompenselor	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
Cursul 9. Dependența de media și bunăstarea digitală	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
Cursul 10. Spirala tăcerii și mobilizarea socială online	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
Cursul 11. Algoritmi, personalizare și puterea platformelor	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
Cursul 12. Comportamente digitale și identitate online	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
Cursul 13. Societatea bazată pe date: Internetul lucrurilor și inteligența conectată	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
Cursul 14. Reflecții finale asupra comunicării media și recapitulare	Prezentări, discuții, feedback	NA

Bibliografie:

- Dobrescu, P., Bârgăoanu, A. (2003). Mass media și societatea. București: Comunicare.ro.
- Guerra-Tamez, C. R., Kraul Flores, K., Serna-Mendiburu, G. M., Chavelas Robles, D., & Ibarra Cortés, J. (2024). Decoding Gen Z: AI's influence on brand trust and purchasing behavior. *Frontiers in Artificial Intelligence*, 7, 1323512. <https://doi.org/10.3389/frai.2024.1323512>
- Haug, M., Maier, C., Gewald, H., & Weitzel, T. (2025). Supporting opinions to fit in: A spiral of silence-theoretic explanation for establishing echo chambers and filter bubbles on social media. *Internet Research*, 35(7), 30–51. <https://doi.org/10.1108/INTR-03-2024-0413>



- Isa, D., Guo, L., Himelboim, I., & Golan, G. J. (2025). Setting the Agenda for a Social Movement: A New Approach to the Network Agenda Setting Model. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 10776990251338846. <https://doi.org/10.1177/10776990251338846>
- Leschanowsky, A., Rech, S., Popp, B., & Bäckström, T. (2024). Evaluating Privacy, Security, and Trust Perceptions in Conversational AI: A Systematic Review. *arXiv preprint arXiv:2406.09037*.
- Shad, K. B. (2025). Algorithmic hegemony: AI-mediated communication systems and the cognitive architecture of digital governance. *Journal of Sociocybernetics*, 20(1), 28–50. https://doi.org/10.26754/ojs_jos/jos.2025111599
- Wangqu, J., Xue, Z., & Chen, L. (2024). Media dependency, platform-swinging, and psychological depression among young college students in the polymedia environment. *Scientific Reports*, 14(1), 30539. <https://doi.org/10.1038/s41598-024-82303-z>
- Wei, C., Nawī, H. M., & Naeem, S. B. (2024). The uses and gratifications (U&G) model for understanding fake news sharing behavior on social media. *The Journal of Academic Librarianship*, 50(5), 102938. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2024.102938>

8.2. Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
Seminarul 1. Seminar introductiv	Prezentarea planului seminarului și a evaluării (Syllabus și discuții privind domeniul).	NA
Seminarul 2. Agenda-setting: Economia atenției în epoca digitală	Analiza critică a unor texte fundamentale din domeniu. Dezbateri și lucru aplicat în echipe.	NA
Seminarul 3. Patologii ale comunicării digitale: Efecte ale hiperstimulării comunicaționale	Analiza critică a unor texte fundamentale din domeniu. Dezbateri și lucru aplicat în echipe.	NA
Seminarul 4. Dezinformare digitală: Post-adevărul, falsul consens și realități alternative	Analiza critică a unor texte fundamentale din domeniu. Dezbateri și lucru aplicat în echipe.	NA
Seminarul 5. Mass-media augmentate: Emoții programate, opinii modelate și publicul în era algoritmilor AI	Analiza critică a unor texte fundamentale din domeniu. Dezbateri și lucru aplicat în echipe.	NA
Seminarul 6. Prezentarea, dezbateri și notarea proiectelor de cercetare	Susțineri de prezentări.	NA
Seminarul 7. Prezentarea, dezbateri și notarea proiectelor de cercetare & Recapitulare	Susțineri de prezentări.	NA
Bibliografie: • Isa, D., Guo, L., Himelboim, I., & Golan, G. J. (2025). Setting the Agenda for a Social Movement: A New Approach to the Network Agenda Setting Model. <i>Journalism & Mass Communication Quarterly</i>, 10776990251338846. https://doi.org/10.1177/10776990251338846 • Kim, B., Lin, H., & Kim, Y. (2024). Interplay of agenda setters in the digital age: The associative issue network between news organizations and political YouTube channels. <i>Computers in Human Behavior</i>, 155, 108169. https://doi.org/10.1016/j.chb.2024.108169		



- McCombs, M. E., Shaw, D. L., & Weaver, D. H. (2014). New Directions in Agenda-Setting Theory and Research. *Mass Communication and Society*, 17(6), 781–802.
- Schiff, D. S., & Schiff, K. J. (2023). Narratives and expert information in agenda-setting: Experimental evidence on state legislator engagement with artificial intelligence policy. *Policy Studies Journal*, psj.12511. <https://doi.org/10.1111/psj.12511>
- Zahariadis, N. (2025). Setting the agenda on agenda setting: Definitions, concepts, and controversies. In N. Zahariadis & K. Taylor (Eds.), *Handbook of Public Policy Agenda Setting* (pp. 1–21). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781035318513.00009>
- Harren, N., Walburg, V., & Chabrol, H. (2021). Studying Social Media Burnout and Problematic Social Media use: The implication of perfectionism and metacognitions. *Computers in Human Behavior Reports*, 4, 100117. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2021.100117>
- Heylighen, F., & Beigi, S. (2023). Anxiety, Depression and Despair in the Information Age: the Techno-Social Dilemma. (ECCO Working papers). ECCO VUB.
- Kaye, B. K., & Johnson, T. J. (2024). I can't stop myself! Doomscrolling, conspiracy theories, and trust in social media. *Atlantic Journal of Communication*, 32(3), 471–483. <https://doi.org/10.1080/15456870.2024.2316844>
- Krumsvik, R. J. (2025). Smartphones, media multitasking and cognitive overload. *Nordic Journal of Digital Literacy*, 20(1), 5–15. <https://doi.org/10.18261/njdl.20.1.1>
- Wangqu, J., Xue, Z., & Chen, L. (2024). Media dependency, platform-swinging, and psychological depression among young college students in the polymedia environment. *Scientific Reports*, 14(1), 30539. <https://doi.org/10.1038/s41598-024-82303-z>
- Aimeur, E., Amri, S., & Brassard, G. (2023). Fake news, disinformation and misinformation in social media: A review. *Social Network Analysis and Mining*, 13(1), 30. <https://doi.org/10.1007/s13278-023-01028-5>
- Haug, M., Maier, C., Gewald, H., & Weitzel, T. (2025). Supporting opinions to fit in: A spiral of silence-theoretic explanation for establishing echo chambers and filter bubbles on social media. *Internet Research*, 35(7), 30–51. <https://doi.org/10.1108/INTR-03-2024-0413>
- Olan, F., Jayawickrama, U., Arakpogun, E. O., Suklan, J., & Liu, S. (2024). Fake news on Social Media: The Impact on Society. *Information Systems Frontiers*, 26(2), 443–458. <https://doi.org/10.1007/s10796-022-10242-z>
- Pennycook, G., & Rand, D. G. (2021). The Psychology of Fake News. *Trends in Cognitive Sciences*, 25(5), 388–402.
- Wei, C., Nawi, H. M., & Naeem, S. B. (2024). The uses and gratifications (U&G) model for understanding fake news sharing behavior on social media. *The Journal of Academic Librarianship*, 50(5), 102938. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2024.102938>
- Guerra-Tamez, C. R., Kraul Flores, K., Serna-Mendiburu, G. M., Chavelas Robles, D., & Ibarra Cortés, J. (2024). Decoding Gen Z: AI's influence on brand trust and purchasing behavior. *Frontiers in Artificial Intelligence*, 7, 1323512. <https://doi.org/10.3389/frai.2024.1323512>
- Mahony, S., & Chen, Q. (2025). Concerns about the role of artificial intelligence in journalism, and media manipulation. *Journalism*, 26(9), 1859–1877. <https://doi.org/10.1177/14648849241263293>
- Nader, K., Toprac, P., Scott, S., & Baker, S. (2024). Public understanding of artificial intelligence through entertainment media. *AI & SOCIETY*, 39(2), 713–726. <https://doi.org/10.1007/s00146-022-01427-w>
- Pavlik, J. V. (2023). Collaborating With ChatGPT: Considering the Implications of Generative Artificial Intelligence for Journalism and Media Education. *Journalism & Mass Communication Educator*, 78(1), 84–93. <https://doi.org/10.1177/10776958221149577>
- Swiatek, L., Galloway, C., Vujnovic, M., & Kruckeberg, D. (2024). Humanoid artificial intelligence, media conferences and natural responses to journalists' questions: The end of (human-to-human) public relations? *Public Relations Inquiry*, 13(1), 113–121. <https://doi.org/10.1177/2046147X231221828>



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

Conținutul cursului integrează teorii fundamentale și perspective contemporane asupra comunicării (agenda-setting, framing, spirala tăcerii, uses & gratifications) și abordează teme actuale precum dezinformarea, algoritmi digitali, jurnalismul automatizat și etica tehnologiilor emergente. Conținutul este în concordanță cu direcțiile cercetării internaționale și cu nevoile angajatorilor din domeniul comunicării și publicității, asigurând absolvenților competențe de analiză critică, utilizare a instrumentelor media și aplicare practică în contexte 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.	Activitate la seminar	22%
		Proiect de echipă	18%
10.6 Standard minim de performanță:			
Obținerea notei 5 la examen și notei 5 la seminar.			

Data completării
01.10.2025

Titular curs
Conf. univ. dr. Oana Ștefăniță

Titular seminar
Asist. univ. dr. Mihai Gavrilăscu

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	Măsurare în comunicare și relații publice						
2.2 Titularul activităților de curs	Prof. univ. dr. Alina Bârgăoanu / Conf. univ. dr. Monica Bîră						
2.3 Titularul activităților de seminar	Asistent univ. dr. Roberta Răducu						
2.4 Anul de studiu	3	2.5 Semestrul	5	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: 3.2 curs	2	3.3 seminar	1	3.4 laborator/activități practice	2
3.5 Total ore din planul de învățământ	70	din care: 3.6 curs	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							25
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren							20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri							25
Tutoriat							20
Pregătire examinări							10
Alte activități.....							5
3.9 Total ore studiu individual	105						
3.10 Total ore din planul de învățământ	70						
3.11 Total ore pe semestru	175						
3.12 Numărul de credite	7						

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: ● Identifică și analizează elementele care contribuie la formarea percepțiilor publice, reputației organizaționale și de brand, în contexte media și digitale. ● Utilizează instrumente digitale de monitorizare și măsurare pentru organizarea, colectarea, stocarea, extragerea, prelucrarea și interpretarea datelor relevante pentru activitatea de relații publice. ● Identifică caracteristicile și modul de funcționare al instrumentelor software utilizate în monitorizarea media și social media. ● Elaborează analize de evaluare a percepției publice și a reprezentării media (online și offline) a organizațiilor și brandurilor, utilizând cadre și metode specifice relațiilor publice. ● Aplică modele și cadre de măsurare standardizată (Principiile de la Barcelona, AMEC, IPR, PESO) în planificarea și evaluarea comunicării. ● Utilizează indicatori de audiență și media analytics pentru evaluarea performanței mesajelor și canalelor de comunicare. ● Definește obiective de comunicare măsurabile și corelează rezultatele obținute cu obiectivele strategice ale organizațiilor. ● Proiectează, adaptează și evaluează planuri de comunicare și strategii media, în conformitate cu standarde internaționale recunoscute. ● Realizează activități de cercetare aplicată pentru identificarea publicurilor, audiențelor și piețelor potențiale. ● Construiește dashboard-uri de monitorizare și evaluare și pregătește materiale de prezentare a rezultatelor. ● Analizează critic mesaje, interpretări și conversații media referitoare la organizațiile și brandurile monitorizate.
Competențe transversale	Prin participarea la cursurile acestei materii, studenții vor dobândi următoarele cunoștințe și abilități specifice: ● Planifică și coordonează activități de comunicare pe mai multe platforme, integrând media deținute, câștigate, partajate și plătite. ● Evaluează critic informațiile și sursele acestora, demonstrând discernământ profesional și gândire analitică. ● Comunică eficient rezultatele analizelor și cercetărilor către publicuri diverse, utilizând formate și limbaje adecvate. ● Lucrează autonom și în echipă, respectând termenele, responsabilitățile și standardele profesionale. ● Manifestă adaptabilitate și capacitate de învățare continuă, în raport cu evoluțiile tehnologice și profesionale din domeniu.
7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)	



7.1 Obiectiv general	Cursul își propune atât transmiterea unor cunoștințe relevante despre domeniul măsurării comunicării în mediul digital precum și formarea unor competențe de gândire critică (înțelegere a contextului, măsurare a comunicării prin intermediul unui mix de instrumente) și de gândire creativă axată pe dezvoltarea abilităților de analiză, de ajustare și de proiectare a comunicării într-un context dinamic.
7.2 Obiective specifice	● să cunoască principalele cadre de măsurare standardizată, principiile internaționale aplicabile și stadiul cercetării în evaluarea activității de relații publice; ● să formuleze corect obiective de comunicare măsurabile; ● să înțeleagă mecanismele de măsurare diferențiată (outputs, outtakes, outcomes) în media plătită, câștigată, partajată și deținută; ● să aplice principii de formulare a rezultatelor așteptate în comunicare; ● să utilizeze instrumente digitale de monitorizare și măsurare și să interpreteze datele obținute; ● să analizeze critic conversațiile din social media și mesaje din media online pentru evaluarea percepției publice; ● să utilizeze indicatori de audiență și media analytics în planificarea și evaluarea comunicării online; ● să evalueze și să adapteze planuri de comunicare în raport cu obiective măsurabile și standarde internaționale; ● să colecteze și să analizeze date pentru identificarea publicurilor și audiențelor și a temelor utilizate în comunicare ● să construiască dashboard-uri de evaluare și să pregătească materiale de prezentare a rezultatelor.
7.3. Rezultatele învățării	CUNOȘTINȚE ● Cunoaște principiile, modelele și cadrele internaționale de măsurare și evaluare a comunicării și relațiilor publice. ● Cunoaște diferențele dintre tipurile de media și mecanismele de măsurare asociate fiecăruia. ● Cunoaște indicatori de audiență, metrici și standarde utilizate în media și social media analytics. ● Înțelege rolul măsurării în managementul reputației și al percepției publice. ABILITĂȚI ● Utilizează instrumente digitale de monitorizare și măsurare pentru colectarea și analiza datelor. ● Elaborează analize media și rapoarte de evaluare a comunicării. ● Aplică modele standardizate în proiectarea și evaluarea planurilor de comunicare. ● Analizează critic mesaje, conversații și interpretări media. ● Construieste dashboard-uri și materiale de prezentare a rezultatelor. RESPONSABILITATE ȘI AUTONOMIE ● Ia decizii informate privind strategiile de comunicare, în conformitate cu obiectivele măsurabile și standardele profesionale. ● Evaluează responsabil impactul mesajelor și campaniilor de comunicare asupra percepției publice. ● Aplică principii etice și cadrul legislativ în activitățile de măsurare și evaluare. ● Își asumă responsabilitatea pentru corectitudinea datelor, interpretărilor și concluziilor prezentate. ● Colaborează eficient în echipe și gestionează autonom sarcini



profesionale complexe.

8. Conținuturi

8.1. Curs

	Metode de predare	Observații
Cursul 1. Introducere: Ce înseamnă măsurarea și evaluarea activităților de relații publice	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
Cursul 2. Principiile de la Barcelona	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
Cursul 3. Cadre de măsurare standardizată: conceptualizare, stadiul cercetării	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
Cursul 4. Cadrul AMEC pentru măsurarea comunicării	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
Cursul 5. Recomandările IPR pentru măsurarea comunicării	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
Cursul 6. Modelul PESO. Măsurarea diferențiată pe canale de comunicare	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
Cursul 7. Planificare și măsurare pentru media deținute	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
Cursul 8. Media câștigate – planificare și măsurare	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
Cursul 9. Media partajate și media plătite – planificare și măsurare	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
Cursul 10. Monitorizare media și social media. Dashboard și instrumente.	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
Cursul 11. Analiza și interpretarea datelor rezultate din monitorizare (1)	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
Cursul 12. Analiza și interpretarea datelor rezultate din monitorizare (2)	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
Cursul 13. Managementul reputației prin utilizarea monitorizării surselor online	Prelegere, discuții, dezbateri	NA
Cursul 14. Măsurarea integrată a comunicării online. Recapitulare	Prezentări, discuții, feedback	NA

Bibliografie:

- Buhmann, A., Macnamara, J., & Zerfass, A. (2019). Reviewing the 'march to standards' in public relations: A comparative analysis of four seminal measurement
- Cacciatore, M. A., & Meng, J. (2022). Measuring the Value of Public Relations: An International Investigation of how Communication Practitioners View the Challenge and Suggest Solutions. *Athens Journal of Mass Media & Communications*, 8(2).
- Davies, C., & Hobbs, M. (2020). Irresistible possibilities: Examining the uses and consequences of social media influencers for contemporary public relations. *Public Relations Review*, 46(5), 101983
- Grunig, J. E. (2009). Paradigms of global public relations in an age of digitalisation. *PRism*, 6(2), 1-19.



- Economou, E., Luck, E., & Bartlett, J. (2023). Between rules, norms and shared understandings: how institutional pressures shape the implementation of data-driven communications. *Journal of Communication Management*, 27(1), 103-119
- Macnamara, J. (2014). Emerging international standards for measurement and evaluation of public relations: A critical analysis. *Public Relations Inquiry*, 3(1), 7-29.
- Macnamara, J. (2016). The continuing convergence of journalism and PR: New insights for ethical practice from a three-country study of senior practitioners. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 93(1), 118-141.
- Macnamara, J. (2016) "Organizational listening: Addressing a major gap in public relations theory and practice." *Journal of Public Relations Research* 28.3-4 (2016): 146-169.
- Navarro, C., Moreno, A., & Al-Sumait, F. (2017). Social media expectations between public relations professionals and their stakeholders: Results of the ComGap study in Spain. *Public Relations Review*, 43(4), 700-708.
- Watson, T. (2012). The evolution of public relations measurement and evaluation. *Public relations review*, 38(3), 390-398.
- Wang, Y., Cheng, Y., & Sun, J. (2021). When public relations meets social media: A systematic review of social media related public relations research from 2006 to 2020. *Public Relations Review*, 47(4), 102081.
- Volk, S. C. (2016). A systematic review of 40 years of public relations evaluation and measurement research: Looking into the past, the present, and future. *Public Relations Review*, 42(5), 962-977.

8.2. Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
Seminarul 1. Formularea obiectivelor măsurabile	Sușineri de prezentări. Studiu de caz	NA
Seminarul 2. Modelul PESO	Sușineri de prezentări. Simulare	NA
Seminarul 3. Proiectarea rezultatelor măsurabile (AMEC)	Sușineri de prezentări. Aplicații practice	NA
Seminarul 4. Construirea dashboard-ului de măsurare	Sușineri de prezentări. Simulare și aplicații	NA
Seminarul 5. Analiza rezultatelor obținute	Sușineri de prezentări. Aplicații practice	NA
Seminarul 6. Exercițiu în echipă	Studii de caz	NA
Seminarul 7. Feedback	Sușineri de prezentări.	NA

Bibliografie:

- AMEC, AMEC's Social Media Measurement Framework – Users guide <https://www.social-media-measurement-framework.org/wp-content/uploads/2014/06/Social-Media-Measurement-Framework.pdf>
- AMEC, Social media measurement frameworks – menu of potential metrics <https://www.social-media-measurement-framework.org/wp-content/uploads/2014/06/Social-media-measurement-frameworks-menu-of-potential-metrics.pdf>
- Macnamara, J., Lwin, M., Adi, A., & Zeffass, A. (2016). 'PESO' media strategy shifts to 'SOEP': Opportunities and ethical dilemmas. *Public Relations Review*, 42(3), 377-385.
- Principiile de la Barcelona - <https://amecorg.com/2020/07/barcelona-principles-3-0/>
- The Institute for Public Relations (2009). Guidelines for Setting Measurable Public Relations Objectives: An Update.



- Institute for Public Relations **(2021)**. The Communicator's guide to research, analysis, and evaluation disponibil la: <https://instituteforpr.org/wp-content/uploads/IPR-Guide-to-Measurement-v13-1.pdf>
- PESO Model - <https://spinsucks.com/communication/pr-pros-must-embrace-the-peso-model/>
- Macnamara, J. **(2018)**. A review of new evaluation models for strategic communication: Progress and gaps. *International Journal of Strategic Communication*, 12(2), 180-195.

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 (Asociația Internațională pentru măsurare și evaluare în comunicare – AMEC; CIPR, IPR), 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 gratuite).

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%
		Temă intermediară	10%
		Participare activă la seminar	10%
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. Monica Bîră

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	Strategii și tehnici de PR						
2.2 Titularul activităților de curs	C.d.a. Bogdan Rogojină						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lector univ. dr. Florența Toader						
2.4 Anul de studiu	3	2.5 Semestrul	VI	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: 3.2 curs	2	3.3 seminar	1	3.4 laborator/activități practice	2
3.5 Total ore din planul de învățământ	70	din care: 3.6 curs	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							20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri							35
Tutoriat							5
Pregătire examinări							15
Alte activități.....							10
3.9 Total ore studiu individual	105						
3.10 Total ore din planul de învățământ	70						
3.11 Total ore pe semestru	175						
3.12 Numărul de credite	7						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)	
4.1 de curriculum	● Nu este cazul.
4.2 de competențe	● Cursul este destinat studenților din anul 3 Comunicare și Relații Publice

5. Condiții (acolo unde este cazul)
--



5.1. de desfășurare a cursului	● Sala de curs cu videoproiector/online
5.2. de desfășurare a seminarului	● Sala de seminar cu videoproiector/online

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	1. Cunoaștere și înțelegere (cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei): a) cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice editării și redactării unor materiale utilizate în relații publice, organizării unor activități de relații publice. 2. Explicare și interpretare (explicarea și interpretarea unor idei, proiecte, procese, precum și a conținuturilor teoretice și practice ale disciplinei): a) explicarea rolului strategiilor de relații publice în diverse situații; b) explicarea rolului campaniilor de relații publice; c) interpretarea oportunității elaborării de documente strategice pentru organizații. 3. Instrumental-aplicative (proiectarea, conducerea și evaluarea activităților practice specifice: utilizarea unor metode, tehnici și instrumente de investigare și de aplicare): a) realizarea materialelor de relații publice și organizarea activităților și evenimentelor de relații publice; b) realizarea documentelor de pregătire a activităților de relații publice; c) formarea deprinderilor necesare pentru identificarea și buna utilizare a strategiilor și campaniilor de relații publice; d) realizarea și promovarea unui produs de relații publice. 4. Atitudinale (manifestarea unei atitudini pozitive și responsabile față de domeniul științific / centrat pe valori și relații democratice/ promovarea unui sistem de valori culturale morale și civice / valorificarea optimă și creativă a propriului potențial în activitățile științifice / implicarea în dezvoltarea instituțională și în promovarea inovațiilor științifice / angajarea în relații de parteneriat cu alte persoane - instituții cu responsabilități similare / participarea la propria dezvoltare profesională): a) promovarea unei atitudini etice în activitatea de relații publice; b) valorificarea optimă și creativă a propriului potențial în activitățile practice; c) angajarea în relații de parteneriat cu persoane și instituții din mass-media care vin în contact cu propria organizație; d) participarea la propria dezvoltare profesională.
Competențe transversale	● Rezolvarea în mod realist cu argumentare atât teoretică cât și practică a unor situații profesionale uzuale în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora ● proiectarea strategiilor și campaniilor de relații publice ● desfășurarea adecvată a activităților de cercetare care să fundamenteze strategia de relații publice ● formarea deprinderilor necesare pentru identificarea și buna utilizare a diverselor tehnici de relații publice în cadrul strategiilor ● promovarea unei atitudini etice în activitatea de relații publice ● valorificarea optimă și creativă a propriului potențial în activitățile practice dezvoltarea de abilități practice de proiectare a unei strategii de relații publice
7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)	
7.1 Obiectiv general	● dezvoltarea de abilități practice de proiectare a unei strategii de relații publice și a unei campanii de relații publice



7.2 Obiective specifice	• înțelegerea conceptelor de strategie și campanie de relații și publice și a specificităților diferitelor tehnici de utilizat • dezvoltarea de abilități de identificare a tipurilor de strategii sau campanii potrivite pentru diverse situații • antrenarea studenților în proiectarea planului unei strategii de relații publice și a planului unei campanii de relații publice
7.3. Rezultatele învățării	CUNOȘTINȚE • definirea și explicarea conceptelor de strategie și campanie de relații publice; • cunoașterea principalelor tipuri de strategii și tehnici de relații publice utilizate în comunicarea organizațională; • înțelegerea rolului cercetării, obiectivelor și indicatorilor de performanță (KPIs) în fundamentarea strategiilor de PR; • cunoașterea principiilor etice aplicabile activităților de relații publice. ABILITĂȚI • identificarea și selectarea strategiilor și tehnicilor de relații publice adecvate unor situații concrete; • proiectarea unui plan de strategie și a unei campanii de relații publice; • formularea de obiective și indicatori de performanță pentru campanii de PR; • realizarea materialelor și documentelor specifice activităților de relații publice; • evaluarea și raportarea rezultatelor unei campanii de relații publice. RESPONSABILITATE ȘI AUTONOMIE • asumarea responsabilității pentru deciziile strategice luate în cadrul activităților de relații publice; • aplicarea principiilor etice în elaborarea și implementarea strategiilor de PR; • lucrul autonom și în echipă în realizarea proiectelor de strategie și campanie; • adaptarea soluțiilor de comunicare la contexte organizaționale și sociale diverse.

8. Conținuturi		
8.1. Curs	Metode de predare	Observații
Introducere: obiectivele și structura cursului, procedura de evaluare. Analiza comunității strategice, de produs, de brand, de criză. Aplicabilitatea strategiilor și tehnicilor de PR.	prelegere	
Strategia de comunicare, umbrela 360, structura și evaluare – pitching plan.	prelegere	
KPIs – stabilirea obiectivelor și a ideșilor de performanță.	prelegere	
Rolul specialistului în comunicare. Tehnici în lansarea de produse noi, servicii și branduri.	prelegere	
Client pitching, onboarding clients, alocarea de resurse.	prelegere	
Strategii și tehnici de comunicare în social media, Internet 3.0, presa scrisă, radio și TV.	prelegere	



Rolul influencerilor în strategia de PR, media plan, influencer marketing.	prelegere	
Evenimente – tehnici operaționale, elemente organizatorice, rol și rezultate.	prelegere	
Comunicare corporate – strategii și tehnici în situații de criză, CSR.	prelegere	
Comunicare corporate – brand awareness, personal branding.	prelegere	
Raportare – tool-uri digitale și formate de raportare. Importanța raportării în succesul planului de PR.	prelegere	
Bugetare – repartii de costuri, eficientizare și echilibru.	prelegere	
Etica în PR – conflictul de interese, limite și manipulare.	prelegere	
Curs de închidere. Concluzii, Q&A.	prelegere	
Bibliografie Austin, Erica Weintraub, Bruce E. Pinkleton. (2015). <i>Strategic Public Relations Management: Planning and Managing Effective Communication Campaigns</i> . Routledge. Grunig, James E. (2013). <i>Excellence in public relations and communication management</i> . Routledge. Luttrell, R., & Ward, J. (2018). <i>A practical guide to ethics in public relations</i> . Rowman & Littlefield. Silver, I. M., & Shaw, A. (2018). Pint-sized public relations: The development of reputation management. <i>Trends in cognitive sciences</i> , 22(4), 277-279.		

8.2. Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Segmentarea audiențelor - exercițiu de identificare a publicurilor pentru o entitate la alegere (brand, ONG, instituție publică etc.) / Formularea de mesaje de campanie adaptate pentru fiecare public în parte.	Dezbateri & aplicații	
Stabilirea obiectivelor în strategia de relații publice - exercițiu practic: formularea de obiective / KPIs pentru o campanie la alegere.	Dezbateri & aplicații	
2. Conceperea unei strategii de lansare a unui produs nou / Conceperea unei strategii de atragere a unui client.	Dezbateri & aplicații	
3. Media relations - strategie de creare a unei relații cu jurnaliștii / redactarea unui comunicat de presă pentru lansarea unei campanii / redactarea unui material de tip știre de PR pentru radio sau TV.	Dezbateri & aplicații	
4. Planul editorial pentru social media - crearea unei strategii de comunicare pe diferite platforme online / imaginarea unui mesaj de campanie pentru un brand la alegere - mesajul va fi publicat pe una dintre platformele brandului.	Dezbateri & aplicații	
5. Conceperea unei strategii de organizare a unui eveniment / Strategii de storytelling - conceperea unui speech scurt de tip TED / Conceperea unui	Dezbateri & aplicații	



plan de evaluare / raportare pentru o campanie la alegere.		
Seminar final – prezentarea lucrărilor studenților. Concluzii.	Prezentarea unor lucrări de echipă ale studenților	

Bibliografie:

- Anderson-Meli, L., & Koshy, S. (2020). *Public relations crisis communication: A new model*. Routledge.
- Balaban, D., & Mustățea, M. (2019). Users' perspective on the credibility of social media influencers in Romania and Germany. *Romanian Journal of Communication and Public Relations*, 21(1), 31-46.
- Hutchins, A. L., & Tindall, N. T. (Eds.). (2021). *Public Relations and Online Engagement: Audiences, Fandom and Influencers*. Routledge.
- Moore, S., & Hübscher, R. (2021). *Strategic Communication and AI: Public Relations with Intelligent User Interfaces*. Routledge.
- Rees, S. (2020). *Public Relations, Branding and Authenticity: Brand Communications in the Digital Age*. Routledge.
- Smith, R. D. (2020). *Strategic planning for public relations*. Routledge.
- Wilcox, D. L., Ault, P. H., & Agee, W. K. (2014). *Public relations: Strategies and tactics*. Pearson

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

- Majoritatea angajatorilor din domeniu solicită abilități practice mai pronunțate de la studenți și dezvoltarea abilităților acestora de a aplica noțiunile teoretice
- Cursul încercă să dezvolte studenților capabilitățile necesare pentru a putea crea și implementa eficient o strategie de comunicare bazată pe tehnici coerente cu rezultate reale.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4. Curs	Participarea la cursuri	Proiect final – realizat în echipă	80%
10.5 Seminar	Participarea la seminar și predarea temelor	Evaluarea portofoliului cu teme de seminar – realizat în echipă	20%
10.6 Standard minim de performanță:			
• Obținerea unui scor de minim de 4 puncte (din 8 posibile) la examenul final. • Obținerea unui scor de minimum 1 punct (din 2 posibile) la lucrările realizate în timpul semestrului			

Data completării
1.10.2025

Titular curs
Cda Bogdan Rogojină

Titular seminar
Lector univ. dr. Florența Toader

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	Comunicare nonverbală						
2.2 Titularul activităților de curs	Prof. univ. dr. Loredana Ivan						
2.3 Titularul activităților de seminar	dr. Elena Alexandra Dumitru						
2.4 Anul de studiu	III	2.5 Semestrul	VI	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							20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren							23
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri							20
Tutoriat							
Pregătire examinări							6
Alte activități.....							
3.9 Total ore studiu individual	69						
3.10 Total ore din planul de învățământ	56						
3.11 Total ore pe semestru	125						
3.12 Numărul de credite	6						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)	
4.1 de curriculum	● Nicio disciplină nu este obligatorie
4.2 de competențe	● Competențe privind aspecte generale ale comunicării interpersonale



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

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	● Cunoaște conținutul termenului „comunicare nonverbală” și a raporturilor dintre „comunicarea verbală” și „comunicarea nonverbală”. ● Poate identifica expresiile faciale corespunzătoare diferitelor tipuri de emoții și cele specifice emoțiilor considerate „fundamentale”. ● Cunoaște principalele stereotipuri asociate elementelor nonverbale specifice fizionomiei indivizilor. ● Poate discuta diferitele criterii de clasificare a gesturilor și analizează utilitatea fiecărei taxonomii. ● Cunoaște termenii: „competență în comunicarea nonverbală”, „inteligență emoțională”, „competență socială”, „competență emoțională” și distincțiile dintre aceștia. ● Descrie tipurilor diferite de audiență / public implicate în comunicare ● Utilizează diferite tehnici de comunicare nonverbal ● Învăță să comunice mai bine cu clienții
C o m p e t e n ț e t r a n s v e r s a l e	● Poate analiza rolul comunicării nonverbale în comunicare în spațiul public. ● Identifică și analizează critic rolul comunicării nonverbale în relația profesor-elev. ● Identifică și analizează critic rolul comunicării nonverbale în cadrul succesului profesional în diferite domenii de activitate (vânzări, interviuri de angajare etc.). ● Analizează critic principalele paradigme utilizate în domeniul comunicării nonverbale: biologică, culturologică, psihologică și paradigma resurselor situaționale și învață să formuleze explicații conform cu fiecare dintre aceste paradigme. ● Poate proiecta un experiment privind rolul elementelor nonverbale în explicarea unor reacții observate. ● Cunoaște limitele și valențele experimentului, ca metodă regală folosită în domeniul comunicării nonverbale. ● Poate utiliza cu succes metoda observație în analiza comportamentelor nonverbale. ● Descrierea tipurilor diferite de audiență / public implicate în comunicare ● Proiectarea și realizarea unor analize ale comunicării publicitare în condiții prestabilite

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)	
7.1 Obiectiv general	Cursul stimulează capacitatea de analiză și reflexie a cursanților, sensibilitatea acestora față de detaliile interacțiunilor cotidiene. Obiectivele cursului sunt: Cunoașterea teoriilor despre comunicarea nonverbală și dobândirea abilității de analiză a comportamentelor celorlalți, precum și consolidarea competenței de comunicare nonverbală în relațiile interpersonale și în diferite tipuri de organizații
7.2 Obiective specifice	● Studenții vor fi capabili să analizeze principalele elemente nonverbale care au rol în reglarea interacțiunilor cotidiene. ● Studenții vor dobândi capacitatea de a proiecta și realiza un experiment sau o cercetare bazată pe metoda observației în domeniul comunicării nonverbale. ● Studenții vor dobândi competențe comunicaționale sporite și vor deveni atenți la elementele nonverbale în situații de influență socială.



7.3 Rezultatele Învățării	CUNOȘTIȘTE - Sunt discutate cercetări exemplare utile pentru dezvoltarea cunoașterii științifice și înțelegerea comportamentelor umane - Sunt discutate aspecte deontologice care au valoare generală pentru domeniul publicității - Studentii sunt familiarizați cu principiile deontologice ale cercetării experimentale. - Cunosc valoarea secțiunilor de <i>debriefing</i> și responsabilitatea cercetătorului față de situația participanților la experiment și față de modalitățile de difuzare a datelor. ABILITĂȚI - Sunt analizate critic experimente utile pentru înțelegerea generală a metodei experimentului - Sunt analizate criticile de natură deontologică adresate unor experimente din domeniul comunicării nonverbale. RESPONSABILITATE ȘI AUTONOMIE - Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice - Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și a adaptării la cerințele pieței muncii
----------------------------------	---

8. Conținuturi		
8.1. Curs	Metode de predare	Observații
Cursul 1. Din istoricul comunicării nonverbale	Prelegere, discuții, exerciții	NA
Cursul 2. Abordarea științifică a comunicării nonverbale: paradigme în studiul comunicării nonverbale (I)	Prelegere, discuții, exerciții	NA
Cursul 3. Abordarea științifică a comunicării nonverbale: paradigme în studiul comunicării nonverbale (II)	Prelegere, discuții, exerciții	NA
Cursul 4. Fața și expresiile faciale	Prelegere, discuții, exerciții	NA
Cursul 5. Mesajele corpului uman. Analiza unor stereotipuri	Prelegere, discuții, exerciții	NA
Cursul 6. Gesturile și postura. Semnificații culturale ale gesturilor. Elemente nonverbale și influență socială	Prelegere, discuții, exerciții	NA
Cursul 7. Proxemica și privirea în interacțiunile cotidiene	Prelegere, discuții, exerciții	NA
Cursul 8. Comunicare nonverbală și discurs public	Prelegere, discuții, exerciții	NA
Cursul 9. Vestimentația și valorile sociale	Prelegere, discuții, exerciții	NA
Cursul 10. Competența în comunicarea nonverbală (I)	Prelegere, discuții, exerciții	NA
Cursul 11. Măsurarea competenței în comunicarea nonverbală (II)	Prelegere, discuții, exerciții	NA



Cursul 12. Semnale nonverbale în decodificarea minciunii	Prelegere, discuții, exerciții	NA
Cursul 13. <i>Thin slices</i> : o nouă abordare în studierea comunicării nonverbale	Prelegere, discuții, exerciții	NA
Cursul 14. Rolul experimentului și observației în analiza comunicării nonverbale	Prelegere, discuții, exerciții	NA

Bibliografie:

- Ivan, Loredana; Chelcea, Adina, & Chelcea, Septimiu (2021) *Comunicarea nonverbală în interacțiunile cotidiene*. București: Editura Comunicare.ro
- Chelcea, Septimiu (coord) (2004). *Comunicarea nonverbală în spațiul public*. București: Editura Tritonic.
- Chelcea, Septimiu, Ivan, Loredana și Chelcea, Adina (2008). *Comunicarea nonverbală: gesturile și postura. Cuvintele nu sunt de-ajuns*, ediția a 2-a revăzută și îmbunătățită. București: Editura comunicare.ro (suport de curs). **Este recomandată ediția a doua, cu anul apariției 2008.**
- Ivan, Loredana. *Cele mai importante 20 de secunde. Competența în comunicarea nonverbală*. (2009). București: Editura Tritonic.
- Knapp, Mark L. și Hall, Judith A. (2010). *Nonverbal Communication in Human Interaction* (ediția a 7-a). Boston, MA. : Wadsworth, Cengage Learning.: Editura Tritonic

8.2. Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
Seminarul 1. “Mituri” despre limbajul nonverbal	Analize critice și discutarea unor experimente specifice domeniului comunicării nonverbale	NA
Seminarul 2. Aplicații ale paradigmelor din domeniul comunicării nonverbale	Exerciții și studii de caz, cu studenții	NA
Seminarul 3. Gesturile și postura. Semnificația diferitelor tipuri de gesturi și posturi	Exerciții cu studenții și analiza critică a bibliografiei consultate	NA
Seminarul 4. Proxemica. Importanța utilizării distanțelor în interacțiunile sociale	Conducerea unui experiment în clasă.	NA
Seminarul 5. Elemente nonverbale în decodificarea minciunii	Exerciții cu studenții și analiza critică a bibliografiei consultate	NA
Seminarul 6. Antrenarea competenței în comunicare nonverbală	Analiza unor instrumente de măsurare a competenței nonverbale	NA
Seminarul 7. Discutarea proiectelor de echipă	Exerciții cu studenții și analiza critică a bibliografiei consultate	NA

Bibliografie:

Bremmer, Jan și Roodenburg, Herman (Eds). (2000) *O istorie culturală a gesturilor. Din antichitate și până în zilele noastre*. București: Editura Polimark.

Ivan, Loredana; Chelcea, Adina, & Chelcea, Septimiu (2021) *Comunicarea nonverbală în interacțiunile cotidiene*. București: Editura Comunicare.ro



Hall, J. A. și Bernieri, F. J. (2001). *Interpersonal Sensitivity. Theory and Measurement*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.

Ivan, Loredana și Duduciuc, Alina. (2011) *Comunicare nonverbală și construcție socială*. București: Editura Tritonic.

Knapp, Mark L. și Hall, Judith A. (2010). *Nonverbal Communication in Human Interaction* (ediția a 7-a). Boston, MA. : Wadsworth, Cengage Learning.

****Journal of Nonverbal Behavior* - articole din ultimii 10 ani

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
- Majoritatea tematicilor tratate în cadrul cursului și seminariilor se înscriu în preocupările actuale în domeniul comunicării nonverbale
- Cadrul didactic deține lucrări în domeniu, predă această disciplină de mai mult de 5 ani și a realizat cercetări proprii în domeniul comunicării nonverbale

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4. Curs	Are abilitatea de a evalua critic cercetările conduse în domeniu Are cunoștințe despre cercetările conduse în domeniu și face conexiuni între noțiunile studiate	Examen scris	70%
		Proiect de echipă	30%
10.6 Standard minim de performanță:			
Obținerea notei 5 la examen și notei 5 la seminar.			

Data completării
1.10.2025

Titular curs
Prof. univ. dr. Loredana Ivan

Titular seminar
Prof. univ. dr. Loredana Ivan

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	Discurs informațional în radio și TV						
2.2 Titularul activităților de curs	dr. Mihaela Rusu						
2.3 Titularul activităților de seminar	dr. Mihaela Rusu						
2.4 Anul de studiu	3	2.5 Semestrul	6	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	0
3.5 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.6 curs	28	3.7 seminar	14	3.8 laborator/activități practice	0
Distribuția fondului de timp							Ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe							10
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren							10
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri							18
Tutoriat							



Pregătire examinări		10
Alte activități.....		10
3.9 Total ore studiu individual	58	
3.10 Total ore din planul de învățământ	42	
3.11 Total ore pe semestru	100	
3. 12 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 seminar/cu videoproiector / laborator audio -video

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	1. Cunoaștere și înțelegere (cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei) • Înțelegerea și cunoașterea teoriilor referitoare la stilul jurnalistic, genurile presei audio-video, tehnici de redactare, tehnici de exprimare • Însușirea noțiunilor de bază legate de realizarea unei emisiuni: public țință, formate emisiuni, tipologia emisiunilor, etape în realizarea unei emisiuni, echipa care realizează o emisiune radio și tv, realizarea unui proiect de emisiune • Cunoașterea comunicării mediatice. 2. Explicare și interpretare (explicarea și interpretarea unor idei, proiecte, procese, precum și a conținuturilor teoretice și practice ale disciplinei) • Capacitatea de a redacta și edita o știre; • Capacitatea de a realiza o emisiune radio și tv; • Capacitatea de a putea construi un interviu – linii de conduită. • Capacitatea de înțelegerea a comunicării mediatice. Ce vrea publicul. Ce are nevoie publicul
-------------------------	--



	3. Instrumental- aplicative (proiectarea, conducerea și evaluarea activităților practice specifice: utilizarea unor metode, tehnici și instrumente de investigare și de aplicare) ● Analiza unor formate mediatice actuale; ● Construirea unor instrumente de analiză valide din punct de vedere științific, specifice analizei diferitelor tipuri de formate mediatice. 4. Atitudinale (manifestarea unei atitudini pozitive și responsabile față de domeniul științific/centrat pe valori și relații democratice/ promovarea unui sistem de valori culturale morale și civice / valorificarea optimă și creativă a propriul potențial în activitățile științifice / implicarea în dezvoltarea instituțională și în promovarea inovațiilor științifice / angajarea în relații de parteneriat cu alte persoane- instituții cu responsabilități similare / participarea la propria dezvoltare profesională). ● Manifestarea unei atitudini pozitive și responsabile față de domeniul comunicării mediatice; ● Motivarea studenților în vederea implicării efective în dezvoltarea ca specialiști în domeniul media; ● Facilitarea legăturilor între studenți și diferite structuri mediatice în vederea efectuării unor stagii de practică în instituții de profil. ● Valorificarea creativă a potențialului studenților, prin redactarea unor teme specifice, originale, creative, care să le stimuleze formarea de atitudini pozitive și responsabile față de sistemul mediatic românesc.
Competențe transversale	● Capacitatea de analiză și sinteză, capacitatea de interpretare
7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)	
7.1 Obiectiv general	Formarea cunoștințelor referitoare la rolul media în societatea contemporană, modul în care comunicarea mediatică ajunge la public, relația dintre mass media și opinia publică
7.2 Obiective specifice	La sfârșitul cursului, studentul trebuie să fie capabil să: ● Să stăpânească arta comunicării mediatice; ● Să aibă capacitatea de a face diferența între audio-vizual și presa scrisă; ● Să aibă capacitatea de a se exprima astfel încât să comunice eficient, utilizând metode și tehnici învățate; ● Să aplice cunoștințele dobândite prin studiul metodelor și tehnicilor pentru o comunicare eficientă, astfel încât să poată stăpâni arta interviului.



**7.3. Rezultatele
învățării**

CUNOȘTINȚE

- Să explice și să definească teoriile și conceptele fundamentale referitoare la stilul jurnalistic specific presei audio-video, tehnicile de redactare și de exprimare.
- Să înțeleagă noțiunile de bază legate de realizarea unei emisiuni radio și TV, incluzând publicul țintă, formatele, tipologiile, etapele de producție și structura echipei de realizare.
- Să identifice elementele comune și diferențele esențiale dintre discursul informațional audio-vizual și cel din presa scrisă.
- Să cunoască genurile jurnalismului radio și TV și particularitățile acestora în ceea ce privește vocea, discursul, tonul și imaginea.
- Să înțeleagă rolul media în societatea contemporană, modul în care comunicarea mediatică ajunge la public și relația dintre mass-media și opinia publică.
- Să fie familiarizați cu principiile eticii profesionale în jurnalism, precum și cu fenomenele de manipulare și dezinformare în discursul mediatic.

ABILITĂȚI

- Să redacteze și să editeze o știre, respectând tehnicile specifice jurnalismului radio și TV.
- Să realizeze o emisiune radio și TV simplă, aplicând cunoștințele despre formatele și etapele de producție.
- Să construiască un interviu, respectând liniile de conduită și tehnici de exprimare eficientă.
- Să analizeze critic formate mediatice actuale și să identifice nevoile și așteptările publicului.
- Să utilizeze instrumente de analiză valide științific pentru a evalua diferite tipuri de formate mediatice.
- Să se exprime eficient, având o dicție clară și o atitudine adecvată, pentru a comunica mesaje în context mediatic.
- Să aplice cunoștințele dobândite pentru a discerne între informația audio-vizuală și cea scrisă, precum și pentru a stăpâni arta interviului.
- Să demonstreze capacitatea de analiză și sinteză în interpretarea discursului mediatic.

RESPONSABILITATE ȘI AUTONOMIE

- Să manifeste o atitudine pozitivă și responsabilă față de domeniul comunicării mediatice și față de profesia de jurnalist.
- Să se implice activ în dezvoltarea lor ca specialiști în domeniul media, căutând stagii de practică și oportunități de colaborare cu structuri mediatice.
- Să își asume responsabilitatea pentru calitatea și originalitatea temelor redactate și a proiectelor realizate, valorificându-și potențialul creativ.
- Să își dezvolte o atitudine responsabilă față de sistemul mediatic românesc, înțelegând impactul propriului discurs.
- Să demonstreze autonomie în procesul de învățare și în aplicarea cunoștințelor, atât individual, cât și în cadrul echipei, contribuind la discuții și dezbateri.

8. Conținuturi



8.1. Curs	Metode de predare	Observații
1. Introducere	Prelegere, suport electronic (ppt), material audio-video	
2. Comunicarea mediatică	Prelegere, suport electronic (ppt), material audio-video	
3. Elemente comune și diferențe între audio-vizual și presa scrisă	Prelegere, suport electronic (ppt), material audio-video	
4. Genurile jurnalismului radio și tv	Prelegere, suport electronic (ppt), material audio-video	
5. Exprimarea pentru o comunicare eficientă	Prelegere, suport electronic (ppt), material audio-video	
6. Intro-urile – un cârlig. Artă interviul	Prelegere, suport electronic (ppt), material audio-video	
7. Presa radiofonică	Prelegere, suport electronic (ppt), material audio-video	
8. Jurnalismul de televiziune. Redactarea textelor pentru televiziune	Prelegere, suport electronic (ppt), material audio-video	
9. Radio – voce, discurs, ton, atitudine radio	Prelegere, suport electronic (ppt), material audio-video	
10. Tv – imagine, discurs, ton, atitudine tv.	Prelegere, suport electronic (ppt), material audio-video	
11. Calitățile unui bun reporter. Documentarea de bază. Sursele.	Prelegere, suport electronic (ppt), material audio-video	
12. Dicție și atitudine	Prelegere, suport electronic (ppt), material audio-video	
13. Etica profesională. Manipulare și dezinformare în discursul mediatic.	Prelegere, suport electronic (ppt), material audio-video	
14. Curs recapitulativ	Prelegere, suport electronic (ppt), material audio-video, discuții	



Bibliografie:

- Coman, M. (2001). Manuel de jurnalism. Tehnici fundamentale de redactare, vol 1, Iași, Polirom
- Coman, M. (2001). Manuel de jurnalism. Tehnici fundamentale de redactare, vol 2, Iași, Polirom
- Gross, P., (1999), Colosul cu picioare de lut. Aspecte ale presei românești post-comuniste. Iași: Polirom.
- Grosu, C., Avram, L., (2004). Jurnalismul de investigație, Iași: Polirom
- Lull, J., (1999). Mass- media, Comunicare, Cultură, Manipulare prin informație, (trad. Columbeanu M.), Oradea: Imprimeria de Vest.
- Păunescu, A., (2014). Tehnica mediatică, Craiova: Sitech, Fundația Constantin.
- Petcu, M., (2005). Jurnalist în România. Istoria unei profesii. București: Comunicare.ro
- Ferreol, G., Flageul, N., (1998) Metode și tehnici de exprimare scrisă și orală. Iași: Polirom
- Traciuc, V., (2009). Jurnalism radio. București: Tritonic
- Randall, D., (1998). Jurnalistul Universal, Iași: Polirom
- Dobrescu, P., Bârgăoanu, A. (2003). *Mass media și societatea*. București: Comunicare.ro.
- Coman, C., (2009) Comunicarea de criză. Tehnici și strategii, Iași: Polirom
- McLuhan, M., (1997). Mass-Media sau mediul invizibil. București: Nemira

8.2. Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Seminar introductiv (prezentarea planului seminarului și a modalității de evaluare).	- prezentare generală, syllabus, discuții	
2. Să te exprimi în așa fel încât să comunici eficient: - Alegerea vocabularului - Construcția corectă a frazelor - Exactitatea formelor gramaticale Calitățile stilului	- analiza critică a unor texte fundamentale din domeniu - dezbattere pe tematica aferentă fiecărui seminar - lucru aplicat cu studenții în echipe	
3. Stilul radiofonic se manifestă optim în: - știri, - interviuri, - talk-show-uri, - reportaje, - anchete, - relatări, - comentarii, - portrete, - sinteze.	- analiza critică a unor texte fundamentale din domeniu - dezbattere pe tematica aferentă fiecărui seminar - lucru aplicat cu studenții în echipe	



4. Stilul de televiziune se ilustrează în: - emisiuni de știri, - magazin-sinteză, - interviu- talk-show, - reportaje-anchetă, transmisii de la fața locului la diverse evenimente	- dezbateri film - identificarea și analiza conceptelor - lucru aplicat cu studenții	
5. Dicție și atitudine	- analiza critică a unor texte fundamentale din domeniu - dezbateri pe tematica aferentă fiecărui seminar - lucru aplicat cu studenții în echipe	
6. Greșeli specifice radioului - Gest - Intonație - Atitudini Discurs	- analiza critică a unor înregistrări fundamentale din domeniu - dezbateri pe tematica aferentă fiecărui seminar - lucru aplicat cu studenții în echipe	
7. Greșeli specifice în televiziune. - Gest - Intonație - Atitudini Discurs	- analiza critică a unor fragmente din emisiuni - dezbateri pe tematica aferentă tuturor seminariilor	

Bibliografie:

- Coman, M. (2001). Manuel de jurnalism. Tehnici fundamentale de redactare, vol 1, Iași, Polirom
- Coman, M. (2001). Manuel de jurnalism. Tehnici fundamentale de redactare, vol 2, Iași, Polirom
- Gross, P., (1999), Colosul cu picioare de lut. Aspecte ale presei românești post-comuniste. Iași: Polirom.
- Grosu, C., Avram, L., (2004). Jurnalismul de investigație, Iași: Polirom
- Lull, J., (1999). Mass- media, Comunicare, Cultură, Manipulare prin informație, (trad. Columbeanu M.), Oradea: Imprimeria de Vest.
- Păunescu. A., (2014). Tehnica mediatică, Craiova: Sitech, Fundația Constantin.
- Petcu, M., (2005). Jurnalist în România. Istoria unei profesii. București: Comunicare.ro
- Ferreol, G., Flageul, N., (1998) Metode și tehnici de exprimare scrisă și orală. Iași: Polirom
- Traciuc. V., (2009). Jurnalism radio. București: Tritonic
- Randall. D., (1998). Jurnalistul Universal, Iași: Polirom
- Dobrescu, P., Bârgăoanu, A. (2003). *Mass media și societatea*. București: Comunicare.ro.



- Coman. C., (2009) Comunicarea de criză. Tehnici și strategii, Iași: Polirom
- McLuhan. M., (1997). Mass-Media sau mediul invizibil. București: Nemira

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

Cursul oferă o pregătire teoretică generală (cultură generală) pentru orice practician din domeniul comunicării.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
Curs /Examen	1. Nivelul de cunoștințe însușite în urma cursului 2. Capacitate de analiză și sinteză 3. Capacitate de a aplica noțiuni teoretice la situații practice	1. Un referat (ex. discurs, interviu portret, reportaj, etc) 2. Proiect final pe grupă (ex. realizarea unui buletin de știri)	50%
Seminar	1. Evaluare pe parcurs (activitate seminar)	1. Evaluare continuă, pe baza activității la seminar – 10 puncte	50%
10.6 Standard minim de performanță: Nota 5, rezultată din suma punctajelor la cele trei componente ale evaluării; cel puțin patru prezențe la seminar.			
Cerințe minime pentru nota 5 1. Evaluarea pe parcursul seminarului cu minim nota 5 pentru participare 2. Minim 60% prezență la curs și seminar			

Data completării

Titular curs

Titular seminar

1.10.2025

Rusu Mihaela

Rusu Mihaela

Aviz Consiliul Departamentului de Comunicare

Decan FCRP

Conf. univ. dr. Loredana Vladu

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	Metode și tehnici de elaborare a lucrării de absolvire								
2.2 Titularul activităților de seminar	-								
2.3 Titularul activităților de seminar									
2.4 Anul de studiu	3	2.5 Semestrul	6	2.6 Tipul de evaluare	Verificare	2.7 Regimul disciplinei	DC		

3. Timpul total estimat (ore pe semestru pentru activitățile didactice)									
3.1 Număr de ore pe săptămână	5	din care:	3.2 curs	-	3.3 seminar	1	3.4 laborator/activități practice	4	
3.5 Total ore din planul de învățământ	70	din care:	3.6 curs	-	3.7 seminar	14	3.8 laborator/activități practice	56	
Distribuția fondului de timp									Ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe									10
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren									60
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri									20
Tutoriat									15
Pregătire examinări									-
Alte activități.....									-
3.9 Total ore studiu individual	105								
3.10 Total ore din planul de învățământ	70								
3.11 Total ore pe semestru	175								
3.12 Numărul de credite	7								

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 vor: ● consolida și pune în practică principiile metodologice care stau la baza cercetării cantitative și calitative în științele comunicării ● consolida tehnicile redactării academice în științele comunicării ● elabora o lucrare de dimensiuni medii, pe o temă specifică domeniului comunicării, respectând standardele redactării academice ● consolida abilitățile de prezentare orală a unei lucrări de tip academic în domeniul comunicării
Competențe transversale	În urma participării la cursurile acestei discipline, studenții vor putea: ● evalua în mod critic informațiile și sursele acestora ● gândi critic ● realiza în mod autonom sarcini complexe, precum identificarea și evaluarea critică a informațiilor relevante din literatura de specialitate, elaborarea unui design metodologic, efectuarea unei cercetări de sine stătătoare (respectiv elaborarea unui produs de comunicare), structurarea logică a rezultatelor obținute ● respecta principiile onestității intelectuale

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

7.1 Obiectiv general	Cursul are drept obiectiv principal cunoașterea principalelor standarde care stau la baza întocmirii unui text academic în domeniul științelor comunicării și operarea cu acestea, în vederea întocmirii și susținerii lucrării de absolvire.
7.2 Obiective specifice	● consolidarea principiilor de scriere academică în domeniul științelor comunicării ● consolidarea cunoștințelor privind sursele academice și sistemele de citare (și operarea cu acestea) ● consolidarea cunoștințelor despre metodele calitative și cantitative de cercetare în științele comunicării (și operarea cu acestea) ● elaborarea unui design de cercetare ● efectuarea unei cercetări empirice, pe baza designului de cercetare/elaborarea unui produs de comunicare (în funcție de tipul de lucrare ales) ● consolidarea modalităților de folosire a instrumentelor AI în redactarea academică și conștientizarea limitelor acestora ● consolidarea abilităților de prezentare orală a unei lucrări academice
7.3. Rezultatele învățării	CUNOȘTINȚE ● cunoașterea principiilor scrierii academice în domeniul științelor comunicării ● cunoașterea metodelor de cercetare specifice științelor comunicării ● cunoașterea algoritmului elaborării unui design de cercetare în domeniul științelor comunicării ● cunoașterea și aplicarea algoritmului realizării unui produs de comunicare în domeniul științelor comunicării ● cunoașterea surselor academice și AI și a modalității de integrare a acestora într-un text academic ABILITĂȚI



	• structurarea unei lucrări academice • elaborarea unei sinteze teoretice • întreprinderea unei cercetări empirice • conceperea unui produs de comunicare • prezentarea succintă și convingătoare a rezultatelor unei cercetări empirice • prezentarea succintă și convingătoare a unui produs de comunicare • gândirea critică RESPONSABILITATE ȘI AUTONOMIE • gestionarea autonomă a sarcinilor complexe privind construirea designului de cercetare și efectuarea unei cercetări empirice în domeniul științelor comunicării • raportarea responsabilă la resursele academice și AI, în vederea evitării fraudei intelectuale • respectarea standardelor etice în cercetarea de tip academic
--	---

8. Conținuturi		
8.1. Curs	Metode de predare	Observații
-		

8.2. Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
Seminarul 1. Limbă și stil în redactarea academică. Parafraza în textul academic	Exerciții, discuții	
Seminarul 2. Surse academice și sisteme de citare	Exerciții, discuții	
Seminarul 3. Designul de cercetare – metode cantitative și calitative de cercetare		
Seminarul 4. Frauda intelectuală: tipuri de fraudă intelectuală, consecințe, standarde culturale și academice	Exerciții, discuții	
Seminarul 5. Folosirea instrumentelor AI în redactarea lucrării de absolvire. Limite și capcane	Exerciții, discuții	
Seminarul 6. Prezentarea și interpretarea datelor obținute în urma unei cercetări empirice	Exerciții, discuții	
Seminarul 7. Prezentarea unui text academic: constrângeri situaționale și suporturi adiacente	Exerciții, discuții	

Bibliografie:

Bailey, Stephen (2017). *Academic Writing. Handbook for International Students* (ediția a 5-a). Routledge.

Chelcea, Septimiu (2021). *Manual de redactare în științele socioumane*. ProUniversitaria.

Deep, P. D., & Chen, Y. (2025). The role of AI in academic writing: Impacts on writing skills, critical thinking, and integrity in higher education. *Societies*, 15(9), 247.

Hartley, James (2008). *Academic Writing and Publishing. A Practical Handbook*. Routledge (pp. 21-127).

Hogue, Ann (2008). *First Steps in Academic Writing*. Pearson Longman (121-172).

Nguyen, A., Hong, Y., Dang, B., & Huang, X. (2024). Human-AI collaboration patterns in AI-assisted academic writing. *Studies in Higher Education*, 49(5), 847-864.



Patten, M. L. & Newhart, M. (2018). *Understanding Research Methods. An overview of the essentials* (tenth edition). Routledge.

*** *Publication Manual of the American Psychological Association*, ediția a 7-a, disponibil la <https://apastyle.apa.org/products/publication-manual-7th-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, recunoscute internațional, iar tematicile tratate în cadrul seminarului se înscriu în preocupările actuale privind standardele de cercetare și redactare academică.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4. Curs	-	-	-
10.5 Seminar	Capacitatea de a elabora o lucrare științifică în domeniul științelor comunicării Capacitatea de a aplica o metodă de cercetare specifică științelor comunicării	Proiect individual (capitol din lucrarea de licență, predat în format .doc) Activitate la seminar (participare activă la discuții, rezolvarea aplicațiilor/exercițiilor propuse)	80% (din nota finală la seminar) 20% (din nota finală la seminar) NB: Pentru a promova, este necesară prezența la minim 4 întâlniri
10.6 Standard minim de performanță:			
Obținerea notei 5 la proiectul individual			

Data completării

1.10.2025

Titular curs

-

Titular seminar

Conf. univ. dr. Denisa-Adriana Oprea

Conf. univ. dr. Sebastian Fitzek

Aviz Consiliul Departamentului de Comunicare

Conf. univ. dr. Loredana Vladu

Decan FCRP

Prof. univ. dr. Alina Bargaoanu