

## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Școala Națională de Studii Politice și Administrative
1.2. Facultatea	Comunicare și Relații Publice
1.3. Departamentul	Comunicare
1.4. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5. Ciclul de studii	Studii universitare de licență
1.6. Programul de studii/Calificarea	Comunicare și relații publice

### 2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	<b>Analiza imaginii organizațiilor</b>						
2.2. Titularul activităților de curs	Lector univ. dr. Monica Bîră						
2.3. Titularul activităților de seminar	Conf. univ. dr. Corina Buzoianu Lector univ. dr. Monica Bîră						
2.4. Anul de studiu:	III	2.5. Semestrul	V	2.6. Tipul de evaluare	Es	2.7. Regimul disciplinei	DF, Obl

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	4	din care: .... curs	2	3.3. seminar/laborator	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	56	din care: .....curs	28	3.6. seminar/laborator	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					19
Pregătire seminarii/laboratoare, teme referate, portofolii și eseuri					15
Tutoriat					15
Examinări					
Alte activități....					
3.7. Total ore studiu individual					69
3.8. Total ore din planul de învățământ					56
3.9. Total ore pe semestru					125
3.10. Numărul de credite					5

### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Nu este cazul
4.2. de competențe	Cursul este destinat studenților din anul III, specializarea Comunicare și Relații Publice

### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Conexiune la internet. Zoom. Google classroom.
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	Conexiune la internet. Zoom. Google classroom.

## 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>1. Cunoaștere și înțelegere (<i>cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cunoașterea principiilor de măsurare în PR așa cum au fost ele stabilite de organizațiile internaționale;</li> <li>• Cunoașterea terminologiei specifice domeniului la momentul actual</li> <li>• Cunoașterea unor diverse platforme care oferă servicii media / social media listening</li> </ul>
	<p>2. Explicare și interpretare (<i>explicarea și interpretarea unor idei, proiecte, procese, precum și a conținuturilor teoretice și practice ale disciplinei</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• aplicarea cunoștințele teoretice în realizarea unui cadru de evaluare a comunicării;</li> <li>• construirea unei scheme de categorii care să contribuie la măsurarea activității de PR;</li> <li>• analizarea rezultatelor măsurării cu ajutorul unui mix de instrumente</li> <li>• formularea de soluții pentru îmbunătățirea rezultatelor comunicării</li> <li>• identificarea de oportunități pentru creșterea eficienței planificării și măsurării comunicării</li> </ul>
	<p>3. Instrumental- aplicative (proiectarea, conducerea și evaluarea activităților practice <i>specifice: utilizarea unor metode, tehnici și instrumente de investigare și de aplicare</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• formularea obiectivelor de comunicare după Principiile de la Barcelona</li> <li>• utilizarea listelor de cuvinte cheie pentru măsurare / și a tag-urilor pentru organizarea rezultatelor măsurării</li> <li>• utilizarea datelor furnizate de platforme de monitorizare pentru construirea obiectivelor de comunicare</li> <li>• utilizarea unor tool-uri de social media listening;</li> </ul>
	<p>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).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Respectarea eticii în realizarea activităților academice</li> <li>• Manifestarea interesului față de perspectivele oferite de conceptul de măsurare în PR (în raport cu opțiunile aparent mai „facile” propuse de marketing online).</li> <li>• Identificarea și utilizarea elementelor specifice de deontologie și de responsabilitate socială</li> </ul>
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rezolvarea în mod realist - cu argumentare atât teoretică, cât și practică - a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora</li> <li>• Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și a adaptării la cerințele pieței muncii</li> <li>• Sunt analizate critic cercetări utile pentru înțelegerea generală a cunoașterii științifice în domeniul comunicării</li> <li>• Sunt discutate cercetări exemplare utile pentru dezvoltarea înțelegerii comportamentelor umane</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sunt discutate aspecte deontologice care au valoarea generală pentru domeniul comunicării</li> </ul>
--	---

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	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	La finalul cursului studenții vor cunoaște principiile măsurării în PR așa cum sunt ele definite de organizațiile reprezentative pentru practica din domeniu și vor avea abilitățile necesare pentru a putea propune un sistem integrat de măsurare a unui brand / a unei campanii utilizând un mix de instrumente care se pliază pe <i>Principiile de la Barcelona</i> și combină tool-uri de monitorizare „clasică” și tool-uri de social media listening. Studenții vor cunoaște și vor putea aplica o serie de tool-uri de media listening. De asemenea vor avea capacitatea de a integra rezultatele măsurării într-o serie de propuneri menite să construiască un sistem integrat de măsurare a activității de PR.

#### 8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Observații
Curs introductiv: 1. Ce înseamnă măsurarea în PR. 2. Detalii de organizare	Prezentarea conținutului academic (zoom). Aplicații și formulare de evaluare realizate în Google Classroom.	
Modelul PESO. Măsurarea diferențiată pe canale de comunicare	Prezentarea conținutului academic (zoom). Aplicații și formulare de evaluare realizate în Google Classroom.	
Construirea unei grile de măsurare bazate pe o schemă de categorii	Prezentarea conținutului academic (zoom). Aplicații și formulare de evaluare realizate în Google Classroom.	
Cadrul integrat de evaluare AMEC	Prezentarea conținutului academic (zoom). Aplicații și formulare de evaluare realizate în Google Classroom.	
Media outreach. Instrumente de monitorizare a media online	Prezentarea conținutului academic (zoom). Aplicații și formulare de evaluare realizate în Google Classroom.	
Social media listening I - Instrumente	Prezentarea conținutului academic (zoom). Aplicații și formulare de evaluare realizate în Google Classroom.	
Social media listening. - Sentiment analysis.	Prezentarea conținutului academic (zoom). Aplicații și formulare de evaluare realizate în Google Classroom.	
Planificarea strategică a comunicării în online	Prezentarea conținutului academic (zoom). Aplicații și formulare de evaluare realizate în Google Classroom.	

Managementul reputației prin utilizarea monitorizării surselor online	Prezentarea conținutului academic (zoom). Aplicații și formulare de evaluare realizate în Google Classroom.	
Content curation din perspectiva măsurării online	Prezentarea conținutului academic (zoom). Aplicații și formulare de evaluare realizate în Google Classroom.	
Brand advocates, vocea consumatorului & măsurarea în PR	Prezentarea conținutului academic (zoom). Aplicații și formulare de evaluare realizate în Google Classroom.	
Planificarea integrată a măsurării comunicării în online	Prezentarea conținutului academic (zoom). Aplicații și formulare de evaluare realizate în Google Classroom.	

### Bibliografie

- Berthon, P. R., & Pitt, L. F. (2018). Brands, truthiness and post-fact: managing brands in a post-rational world. *Journal of Macromarketing*, 38(2), 218-227.
- Buhmann, A., Macnamara, J., & Zerfass, A. (2019). Reviewing the ‘march to standards’ in public relations: A comparative analysis of four seminal measurement
- Crawford, K. (2009). Following you: Disciplines of listening in social media. *Continuum*, 23(4), 525-535.
- Ducange, P., Fazzolari, M., Petrocchi, M., & Vecchio, M. (2019). An effective Decision Support System for social media listening based on cross-source sentiment analysis models. *Engineering Applications of Artificial Intelligence*, 78, 71-85.
- Macnamara, J. (2013). Beyond voice: audience-making and the work and architecture of listening as new media literacies. *Continuum*, 27(1), 160-175.
- Macnamara, J. (2018). Toward a theory and practice of organizational listening. *International Journal of Listening*, 32(1), 1-23.
- Reinikainen, H., Kari, J. T., & Luoma-Aho, V. (2020). Generation Z and organizational listening on social media. *Media and Communication*, 8(2), 185-196.
- Watson, T. (2012). The evolution of public relations measurement and evaluation. *Public relations review*, 38(3), 390-398.

8.2. Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
Analiza publicurilor organizației și a principalelor axe de comunicare	Aplicații, google form, prezentări, discuții (peer-learning, feedback)	
Analiza contextului de comunicare	Aplicații, google form, prezentări, discuții (peer-learning, feedback)	
Construirea grilei de măsurare a comunicării în online	Aplicații, google form, prezentări, discuții (peer-learning, feedback)	
Analiza aparițiilor online ale organizației	Aplicații, google form, prezentări, discuții (peer-learning, feedback)	
Analiza aparițiilor online ale organizației (cadru integrat de evaluare AMEC)	Aplicații, google form, prezentări, discuții (peer-learning, feedback)	

Social media listening	Aplicații, google form, prezentări, discuții (peer-learning, feedback)	
Evaluarea și ajustarea comunicării	Aplicații, google form, prezentări, discuții (peer-learning, feedback)	
<b>Bibliografie:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• AMEC, AMEC's Social Media Measurement Framework – Users guide.</li> <li>• AMEC, Social media measurement frameworks – menu of potential metrics</li> <li>• Macnamara, J., Lwin, M., Adi, A., &amp; Zerfass, A. (2016). 'PESO' media strategy shifts to 'SOEP': Opportunities and ethical dilemmas. <i>Public Relations Review</i>, 42(3), 377-385.</li> <li>• Misirlis, N., &amp; Vlachopoulou, M. (2018). Social media metrics and analytics in marketing–S3M: A mapping literature review. <i>International Journal of Information Management</i>, 38(1), 270-276.</li> <li>• Scott, D. M. (2011). Online Thought Leadership to Brand Your Organization as a Trusted Resource în <i>The new rules of marketing and PR: How to use social media, online video, mobile applications, blogs, news releases, and viral marketing to reach buyers directly</i>. John Wiley &amp; Sons. p. 168-178.</li> <li>• Scott, D. M. (2011). You are what you publish, în <i>The new rules of marketing and PR: How to use social media, online video, mobile applications, blogs, news releases, and viral marketing to reach buyers directly</i>. John Wiley &amp; Sons. p. 139-168.</li> <li>• The Institute for Public Relations (2009). Guidelines for Setting Measurable Public Relations Objectives: An Update.</li> <li>• Principiile de la Barcelona - <a href="https://amecorg.com/2020/07/barcelona-principles-3-0/">https://amecorg.com/2020/07/barcelona-principles-3-0/</a></li> </ul>		

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

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Disciplina este elaborată pe baza unor materiale cu caracter științific (articole) recunoscute de comunitatea academică și pe baza unor ghiduri de bună practică realizate de organizațiile internaționale de profil</li> <li>• Instrumentele utilizate în cadrul cursului și seminariilor sunt utilizate la momentul actual în practica de relații publice la nivel național și internațional</li> </ul>
--

#### 10. Evaluare

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4 Curs /Examen	<p>Cunoștințe de bază necesare construirii unui sistem integrat de măsurare a activității de PR</p> <p>- Cunoștințe teoretice referitoare la principiile și modelele aplicate în domeniul măsurării</p> <p>Cunoștințe de bază necesare utilizării unor platforme și instrumente de măsurare și social media listening</p>	Examenul final constă în rezolvarea unor subiecte teoretice și practice pe baza noțiunilor și a exercițiilor din cadrul cursului și a seminarului	<p>40%</p> <p>Se acordă max. 1 punct bonus pentru activitate la curs/seminar</p>

10.5 Seminar	-Capacitatea de a construi un sistem integrat de măsurare a activității de comunicare a unei organizații: - capacitatea de a utiliza o serie de instrumente de analiză - capacitatea de a lucra în echipă	Pentru activitatea de seminar, studenții vor fi evaluați pe baza unui proiect de echipă care va fi prezentat în ultimul seminar și predat înainte de sesiunea de examene. (text și suport vizual). Proiectul va fi construit pe baza temelor de seminar. Proiectul este obligatoriu.  Prezentarea finală a proiectului, la nivel de echipă, este obligatorie. Studenții care nu prezintă vor fi depunțați cu un punct.	40% lucrare de seminar în echipă 20% activitate la seminar și curs
10.6. Standard minim de performanță			
Studentul are minim 5.00 la proiectul de echipă și minim 5 la examenul scris. Absența de la prezentarea proiectului final se depunțează cu 1 punct din nota finală a referatului.			

Data completării:  
24.09.2020

Semnătura titularului de curs și seminar  
Lector. univ. dr. Monica Bîră

Semnătura titularului de seminar  
Conf. univ. dr. Corina Buzoianu

Data avizării în departament:  
30.09.2020

Semnătura directorului de departament:  
\_\_\_\_\_



## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Școala Națională de Studii Politice și Administrative
1.2 Facultatea	Comunicare și Relații Publice
1.3 Departamentul	Comunicare
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii	Studii universitare de licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	Comunicare și relații publice

### 2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	<b>Antropologie politică</b>						
2.2 Titularul activităților de curs	Lector universitar dr. Sebastian Fitzek						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lector universitar dr. Sebastian Fitzek						
2.4 Anul de studiu	III	2.5 Semestrul	V	2.6 Tipul de evaluare	V	2.7 Regimul disciplinei	DC

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2 curs	1	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	14	3.6 seminar/laborator	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					20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					25
Tutoriat					
Examinări					8
Alte activități.....					
3.7 Total ore studiu individual	83				
3.9 Total ore pe semestru	125				
3.10 Numărul de credite	5				

### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	• Nu este cazul
4.2 de competențe	• Cursul este destinat studenților din anul III de la specializarea Comunicare și Relații Publice.

### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	• Dotarea sălii de curs cu videoproiector
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	• Dotarea sălii de curs cu flipchart



## 6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"><li>• Cunoașterea aspectelor teoretice fundamentale specifice antropologiei politice</li><li>• Dobândirea capacității de a încadra diferiți autori, școli, curente și metode în evoluția și dezvoltarea antropologiei politice ca știință socială și politică</li><li>• Înțelegerea relației dintre observația antropologică și teoria socială</li><li>• Deprinderea gândirii critice cu privire la modul în care reprezentările politice despre putere și instituții se sedimentează în structurile antropologice ale imaginarului colectiv</li></ul>
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"><li>• Formarea unui background necesar domeniilor științifice apropiate de științele imaginii și ale comunicării</li><li>• Să ofere informațiile relevante prin studiul unor texte de specialitate</li><li>• Să ofere o înțelegere a unor procese, relații și conexiuni din analiza fenomenelor politice și sociale</li><li>• Inițierea și familiarizarea cu metodele de analiză specifice antropologiei politice</li><li>• Formarea unor atitudini civice, bazate pe necesitatea implicării sociale a specialiștilor în domeniile comunicării și ale imaginii publice și politice</li></ul>

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<p>Cursul de “Antropologie Politică” își propune să ofere studenților de la Facultatea de Comunicare și Relații Publice familiarizarea cu științele politice cu specificul abordării antropologice asupra fenomenului politic, ca modalitate de a înțelege fenomenele mai puțin cunoscute ale politicului, de cunoaștere și recunoaștere a exotismului politic, a formelor politice specifice. De asemenea cursul își propune să surprindă schimbările care survin în societățile aflate în diferite stadii de modernizare politică și care trec - în perioade istorice mai scurte sau mai lungi – de la guvernarea tribală și statul tradițional la statul modern, de la mitologie la doctrinele și ideologiile politice. Un alt obiectiv specific urmărit este ca studenții care urmează acest curs să se familiarizeze cu utilizarea cotidiană a demersului antropologic în abordarea unor fenomene politice contemporane cum ar fi terorismul politic, diversitatea socioculturală și etnoculturală, fundamentalismele religioase, etc.</p>
7.2 Obiectivele specifice	<ol style="list-style-type: none"><li>a. Prezentările de la cursuri, discuțiile și dezbaterile au ca scop să fundamenteze cunoașterea științifică spre deosebire de cunoașterea comună, pe care fiecare student este menit să-l facă în cadrul oricărui mediu universitar.</li><li>b. Promovăm interesul studentului pentru spațiul comunicării politice, către cercetare și mediul academic, stimulându-l să-și valorifice capacitatea de cunoaștere, de înțelegere și de adâncire a fenomenului antropologic pentru a-l ajuta în viitoarea sa carieră, ca specialist în comunicare și relații publice.</li><li>c. Însușirea principalelor noțiuni, teorii și concepte din domeniul antropologiei politice.</li><li>d. Formarea abilităților de asimilare și prelucrare a datelor acumulate specifice disciplinei, în vederea sintetizării informațiilor;</li><li>e. Perfecționarea abilităților de a redacta lucrări având caracter științific și, în subsidiar, de a utiliza aparatul critic.</li></ol>





## 8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
Prelegerea 1: Obiectul și semnificația antropologiei politice	Prelegere	
Prelegerea 2: Școli, teorii și curente în evoluția antropologiei politice	Prelegere	
Prelegerea 3: Geneza formelor și instituțiilor politice.	Prelegere	
Prelegerea 4: Religie și putere	Prelegere	
Prelegerea 5: Agresivitate și violență	Prelegere	
Prelegerea 6: Problematika alterității. Rasismul.	Prelegere	
Prelegerea 7: Națiune și naționalism în condițiile integrării europene.	Prelegere	
<b>Bibliografie obligatorie:</b> 1. Frigioiu, N. (2009), <i>Antropologie politică</i> , București, Editura Tritonic		
8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Obiectul și funcțiile antropologiei politice. (lucrări practice -exemple și discuții)	Dezbateri tematică, eseu și evaluare continuă	
2. Religie și putere. (lucrări practice -exemple și discuții)	Dezbateri tematică, eseu și evaluare continuă	
3. Simbolică politică. (lucrări practice -exemple și discuții)	Dezbateri tematică, eseu și evaluare continuă	
4. Teatralizarea politicului. Culturile de spectacol. (lucrări practice -exemple și discuții)	Dezbateri tematică, eseu și evaluare continuă	
5. Violență politică. (lucrări practice -exemple și discuții)	Dezbateri tematică, eseu și evaluare continuă	
6. Terorismul politic. (lucrări practice -exemple și discuții)	Dezbateri tematică, eseu și evaluare continuă	
7. Etnocentrism și rasism în lumea contemporană. (lucrări practice -exemple și discuții)	Dezbateri tematică, eseu și evaluare continuă	
<b>Bibliografie:</b>  1. Obiectul și funcțiile antropologiei politice. Balandier, Georges (1998), <i>Antropologie politică</i> , Timișoara, Editura Amarcord, p. 119-183. Frigioiu, Nicolae, (2009), <i>Antropologie politică</i> . București, Editura Tritonic, Cap.1 Locul și rolul antropologiei politice în comunicarea politică.  2. Religie și putere. Durkheim, E., <i>Formele elementare ale vieții religioase</i> , Polirom, Iași, 1995, (doar primul și al doilea capitol). Frigioiu, Nicolae, (2009), <i>Antropologie politică</i> . București, Editura Tritonic, Cap.9 Ritual și comunicare politică. Hill, J. A., Jones, P., Morales, A., (Ed.), (2013), <i>Experiencing Power, Generating Authority: Cosmos, Politics and the Ideology of Kingship in Ancient Egypt and Mesopotamia</i> , Philadelphia, University of Pennsylvania Museum of Archeology and Anthropology		



3. Simbolica politică.

Girardet, Raoul, (1997), *Mituri și mitologii politice*, Iași, Editura Institutul European, (primul capitol).  
Sfez, Lucian, (2000), *Simbolistica politică*, Iași, Editura Institutul European, 2000, p. 21-67.

4. Teatralizarea politicului. Culturile de spectacol.

Scwartzenberg, Roger-Gerard, (1995), *Statul spectacol*, București, Editura Scripta, p. 123-172 și 206-233.

5. Violență și politică.

Frigioiu, Nicolae, (2009), *Antropologie politică*. București, Editura Tritonic, Cap.5 Agresivitate și violență.

6. Terorismul politic.

Frigioiu, Nicolae, (2009), *Antropologie politică*. București, Editura Tritonic, Cap.6 Terorismul politic.

7. Etnocentrism și rasism în lumea contemporană.

Frigioiu, Nicolae, (2009), *Antropologie politică*. București, Editura Tritonic, Cap.7 Conflictul dintre culturi ca sursă a agresivității.

**Bibliografie orientativă:**

1. Frigioiu, N. (2007), *Puterea Imaginii și Imaginarul Puterii, în Politologie și doctrine politice*, vol. 2, București, Editura Economică
2. Fitzek, S. (2020), *Sacrul și puterea politică. Abordări psihosociale ale imaginarului colectiv*, București, Editura Prouniversitaria
3. Lapierre, J. W. (1997) *Viață fără stat. Eseu asupra puterii politice și inovației sociale*, Iași, Institutul European
4. Meltzer, J. D. (2015) *The Great Paleolithic War, How Science forged an Understanding of Americas Ice Age Past*, Chicago, University of Chicago Press.
5. Sfez, L. (2000), *Simbolistica politică*, Iași, Editura Institutul European.
6. Balandier, G. (1998), *Antropologie politică*, Timișoara, Editura Amarcord, 1998, pp.119-183
7. Cassirer, E. (2001), *Mitul statului, Iași, Editura Institutul European*, pp.23-78
8. Clastres, P. (1995), *Societatea contra statului. Studii de antropologie politică*, București, Editura Ararat
9. Beck, S., Maida C. (ed.) (2015) *Public Anthropology in a Borderless World*, New-York - Oxford: Berghahn

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

Prin deprinderile dobândite, cursul oferă abilitățile necesare pentru formarea specialiștilor în comunicare și relații publice, astfel încât ei să poată răspunde cerințelor necesare la locul de muncă: crearea de imagine; portretul psihologic al viitorului lider politic; trăsăturile lui de personalitate; raportul dintre doctrină, ideologie și imaginea personalității politice. În cadrul seminariilor sunt aprofundate și detaliate informațiile adecvate la temele specifice, punându-se accent pe caracterul lor interactiv menit să formeze abilitățile practice ale studenților.

**10. Evaluare**



Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Gradul de cunoaștere al noțiunilor, conceptelor și teoriilor referitoare la fundamentele antropologiei politice	Evaluare orală: examenul final constă în susținerea unui referat (8-12 pagini) pe o tematică sau un subiect specific antropologiei politice extras din structura prelegerilor sau a seminariilor – 6 pct.; Un punct se acordă din oficiu – 1 pct.	70%
10.5 Seminar/laborator	Nivelul de prezență și implicare în activitățile din cadrul seminarului	Fișa de evaluare individuală a prezenței și activității din cadrul seminarului – 3 pct.;	30%
<b>10.6 Standard minim de performanță</b>			
<ul style="list-style-type: none"><li>• Participarea la minim 4 seminarii și 4 cursuri.</li><li>• Realizarea și susținerea obligatorie la examenul final a unui referat (5-12 pagini) din tematica de curs sau seminar.</li></ul>			

Data completării  
24.09.2020

Semnătura titularului de curs și de seminar

Data avizării în departament  
30.09.2020

Semnătura directorului de departament

.....

**FIȘA DISCIPLINEI  
COMUNICARE AUDIO-VIZUALĂ**

**1. Date despre program**

1.1 Instituția de învățământ superior	Școala Națională de Studii Politice și Administrative
1.2 Facultatea	Facultatea de Comunicare și Relații Publice
1.3 Departamentul	Relații Publice
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii	Universitar de licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	Comunicare și relații publice

**2. Date despre disciplină**

2.1 Denumirea disciplinei		Comunicare audio-vizuală					
2.2 Titularul activităților de curs		Conf. univ. dr. Ion Stavre					
2.3 Titularul activităților de seminar		Conf. univ. dr. Ion Stavre					
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul I	II	2.6 Tipul de evaluare	V	2.7 Regimul disciplinei Op	Opt, DS

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2 curs	1	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	14	3.6 seminar/laborator	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					30
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					30
Tutoriat					
Examinări					3
Alte activități.....					
3.7. Total ore studiu individual					83
3.8. Total ore din planul de învățământ					42
3.9. Total ore pe semestru					125
3.10. Numărul de credite					5

**4. Precondiții (acolo unde este cazul)**

4.1 de curriculum	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nu este cazul</li> </ul>
-------------------	---

4.2 de competențe	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nu este cazul</li> </ul>
-------------------	---

### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sala de curs/seminar cu videoproiector, laptop, televizor, cameră video</li> </ul>
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sala de curs/seminar cu videoproiector, laptop, televizor, cameră video</li> </ul>

### 6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>1. Cunoaștere și înțelegere (cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Capacitatea de a înțelege diferențele între comunicarea prin imagini și sunete și alte forme de comunicare în societate;</li> <li>Cunoașterea relațiilor între fiziologia percepției imaginilor și a sunetelor și modul de generarea a imaginilor și sunetelor;</li> <li>Cunoașterea conceptelor fundamentale estetice și fiziologice de utilizare a imaginilor condensate în gramatica de film și de televiziune;</li> <li>Capacitatea de a înțelege modul de utilizare a altor tipuri de imagini, generate electronic: videografică, imagini virtuale;</li> </ul>
	<p>2. Explicare și interpretare (<i>explicarea și interpretarea unor idei, proiecte, procese, precum și a conținuturilor teoretice și practice ale disciplinei</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Capacitatea de a înțelege și explica diferite abordări teoretice în studiul comunicării audio-vizuale;</li> <li>Capacitatea de a selecta perspectivele disciplinare și cadrele teoretice relevante pentru producții audio-video cu un înalt grad de creativitate;</li> <li>Capacitatea de a aplica creativ soluțiile generale de producție audio-video în funcțiile de mediile prin care vor fi difuzate producțiile respective: televiziune, Internet, outdoor, suport independent;</li> <li>Capacitatea de a descrie, analiza și interpreta conținutul unor produse de comunicare din media vizuale (ex. publicitate, social media, televiziune, cinema).</li> </ul>
	<p>3. Instrumental-aplicative (<i>proiectarea, conducerea și evaluarea activităților practice specifice: utilizarea unor metode, tehnici și instrumente de investigare și de aplicare</i>)</p> <p><i>Capacitatea de a proiecta și implementa o temă de cercetare științifică în spațiul științelor socio-umane</i></p> <p><i>Capacitatea de a găsi, evalua și folosi informații necesare pentru a judeca cu discernământ o problemă socială și o situație de</i></p>

	<p><i>comunicare publică</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitatea de a concepe un produs audio-video, de a coordona o echipă multidisciplinară de producție audio-vizuală;</li> <li>• Capacitatea de a realiza producții scurte pentru Internet (Youtube, facebook);</li> <li>• Capacitatea de a integra informațiile generate de sunet, imagine și muzică;</li> </ul>
	<p>4. Atitudinale (<i>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</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitatea de a înțelege puterea imaginilor și a sunetelor în comunicarea valorilor și influența imaginilor și a sunetelor asupra consumatorilor;</li> <li>• Respectarea eticii în producția audio-video, fiind un domeniu de comunicare cu o mare forță manipulativă;</li> <li>• Capacitatea a coordona echipe formate din persoane cu diverse specializări în domeniul comunicării audio-vizuale, pentru a genera o producție relevantă;</li> </ul>
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rezolvarea unor situații profesionale generate de soluții divergente între diverse specialități care concură la realizarea unui produs audio-vizual;</li> <li>• Cunoașterea metodelor de finanțare a producțiilor audio-vizuale;</li> <li>• Cunoașterea conținutului general al profesiilor echivalente din: cinematografie, radio, televiziune;</li> </ul>

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Să explice teoriile, conceptele și abordările fundamentale în studiul comunicării audio-vizuale în epoca digitală.
7.2. Obiective specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Să dezvolte capacitatea studentului de analiză și interpretare critică a teoriilor și abordărilor relevante pentru comunicarea audio-vizuală;</li> <li>• Să dezvolte capacitatea studentului de a utiliza diferite tehnici și instrumente de producție pentru realizarea unui spot video, adaptat pentru diverse medii de difuzare;</li> <li>• Să contribuie la dezvoltarea capacității studentului de a elabora o producție audio-vizuală, în funcție de cerințele clientului sau de</li> </ul>

	necesitățile de comunicare ale companiei;
--	---

## 8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Observații
1. Introducere în comunicarea audio-vizuală. Percepție vizuală. Prezentare generală a cursului, programa, sarcini, evaluare	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Videoproiector necesar și amplificator de sunet
2. Gramatica de film și de televiziune (I)	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Videoproiector necesar și amplificator de sunet
3. Gramatica de film și de televiziune (II) Cum să scrii pentru audiovisual.	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Videoproiector necesar și amplificator de sunet
4. Editarea imaginilor video. Software de editare. Manipularea timpului în timpul editării.	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Videoproiector necesar și amplificator de sunet
5. Sunetul în film și televiziune. Tipuri de sunet. Muzica ca suport pentru imagine.	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Videoproiector necesar și amplificator de sunet
6. Schema de iluminat în trei puncte.	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Videoproiector necesar și amplificator de sunet
7. Prezentare comparativă a profesiilor de bază în film, radio și televiziune. Sarcini specifice.	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Videoproiector necesar și amplificator de sunet

### Bibliografie

CSA, (2010), *Etude portant sur les conditions de réussite de la télévision locale en France sur la base d'une comparaison internationale*, France

Nathalie Sonnac, (2011), *Concurrence et structure de marché: les modèles d'affaires de la télévision d'aujourd'hui*, Université Panthéon-Assas Paris 2

Miriam Ross, (2015), *3D Cinema Optical Illusions and Tactile Experiences*, PALGRAVE MACMILLAN, London

Catherine Kellison (2011), *Producing for TV and Video*, Focal Press, Oxford

Malin Wahlenberg, (2008), *Documentary Time, Film and Phenomenology*, Minnesota Press

Maxie Baker, (2008), *Documentary in The Digital Age*, Focal Press, Oxford

Woody Woodhall, (2010), *Audio Production and Postproduction (Digital Filmmaker)*, Jones & Bartlett Learning; Pap/Com edition

Andy Farnell, (2010), *Designing Sound* (MIT Press)  
 Tim Schmoyer, (2013), *The Secret to Building your YouTube Audience: 6 Steps that Convert Viewers into an Engaged Community*, Schmoyer Media, LLC  
 David Pwer, (2016), *The Entrepreneur's Video Tool Guide: Discover the Fastest, Cheapest, and Easiest Way to Start Creating Pro-Quality Business Videos Using Low-Cost and No-Cost Tools and Techniques*, Power Media Group  
 Akash Karia, (2014), *TED Talks Storytelling: 23 Storytelling Techniques from the Best TED Talks*, AkashKaria.com  
 Ross Brown, (2011), *Byte Sized Television: Create Your Own TV Series for the Internet*, Michael Wiese Productions

8.2. Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Prezentarea camerei video. Exerciții practice în echipe de câte trei persoane.	Filmarea în echipă de trei persoane, analiza filmării pentru fiecare echipă	Video Camera, Player
2. Vizionarea de filme documentare și analiza tehnicilor de filmare și editare, sunet și muzică, scenariu.	Proiecții de fragmente de filme documentare	Videoproiector, computer, televizor
3. Vizualizarea spațiilor publicitare și analiza scenariilor, tehnici de fotografiere, tehnici de editare. Analiza tehnicilor specifice de producție pentru internet, exterior.	Proiecții de spoturi comerciale, de spoturi de campanie electorală.	Videoproiector, computer, televizor
4. Analiza fluxului de producție: preproducție, producție și postproducție. Profesioniști care concurează pentru a produce o producție audio-video.	Exerciții și analiza critică a diverselor producții audio-video.	Videoproiector computer, televizor
5. Vizionarea unui documentar, discuții despre tehnicile de editare. Analizând unele producții pe internet.	Prezentare, discuții pe marginea unor exemple	Videoproiector computer, televizor
6. Exerciții pentru a scrie un scenariu pentru un film documentar, un spot, o știre pentru televiziune.	Exerciții și analiza critică a unor imagini modificate	Videoproiector computer, televizor
7. Iluminatul în film și televiziune. Analiza unor producții din această	Prezentări, discuții	Videoproiector computer, televizor



perspectivă.		
<p><b>Bibliografie seminar:</b>  Robert L. Hilliard, (2014), <i>Writing for Television, Radio, and New Media</i>, Cengage Series in Broadcast and Production, New York  Stuart Hyde, (2002), <i>Idea to Script: Storytelling for Today's Media</i>, Pearson  Steven Ascher, Edward Pincus, (2013), <i>The Filmmaker's Handbook</i>, Plume Edition  Steven. D. Katz, (1991), <i>Film Directing Shot by Shot: Visualizing from Concept to Screen</i>, Focal Press  Emmanuel Oberg, (2016), <i>Screenwriting Unchained: Reclaim Your Creative Freedom and Master Story Structure</i>, Screenplay Unlimited Publishing  Walter Murch, (2001), <i>In the Blink of an Eye: A Perspective on Film Editing</i>, Silman-James Press  Christopher Llewellyn Reed, (2012), <i>Film Editing: Theory and Practice</i>, Mercury Learning &amp; Information  David Landau, (2014), <i>Lighting for Cinematography: A Practical Guide to the Art and Craft of Lighting for the Moving Image</i>, Bloomsbury Academic  Aaron Goold, (2017), <i>The Video Editing Handbook</i>, Amazon Digital Services LLC  Maxim Jago, (2018), <i>Adobe Premiere Pro CC Classroom in a Book</i>, Adobe Press</p>		

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

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Disciplina este elaborată pe baza unor materiale cu caracter științific și recunoscute internațional;</li> <li>• Metodele și tehnicile de lucru tratate în cadrul cursului și seminariilor se înscriu în preocupările actuale în domeniul comunicării audio-vizuale și sunt sincrone cu noile tehnologii media.</li> </ul>
---

**10. Evaluare**

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4 Curs /Examen	Cunoștințe de bază necesare analizării și interpretării critice a teoriilor și abordărilor relevante pentru comunicarea vizuală	Examenul final va fi o producție video realizată cu eforturi proprii după regulile învățate la curs și seminar	60%
10.5 Seminar	- Capacitatea de a examina critic literatura de specialitate recomandată și de a	nota la activitatea din timpul seminarului (participare și prezență activă - 10% note de lectură – 10%	40%

	opera personal cu echipamentele de televiziune.  - Capacitatea de a lucra în echipă	tema de grup – 20%	
10.6. Standard minim de performanță			
Studentul va defini corect conceptele de bază ale fiecărei teme și va recunoaște principalele teorii și abordări ale comunicării vizuale. Studentul are cel puțin 7 prezențe la curs și minimum nota 5 pentru activitatea de seminar și la examenul scris.			

Data completării  
24.09.2020

Semnătura titularului de curs  
Conf. univ. dr. Ion Stavre

Semnătura titularului de seminar  
Conf. univ. dr. Ion Stavre

Data avizării în departament  
30.09.2020

Semnătura directorului de departament  
Prof. univ. dr. Diana Cismaru

## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Școala Națională de Studii Politice și Administrative
1.2. Facultatea	Facultatea de 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 in media digitale						
2.2. Titularul activităților de curs	Dr. Dan Sultănescu						
2.3. Titularul activităților de seminar	Dr. Dan Sultănescu						
2.4. Anul de studiu:	I	2.5. Semestrul	II	2.6. Tipul de evaluare	E	2.7. Regimul disciplinei	DS, Obl

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar/laborator	1
3.4. Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5. curs	28	3.6. seminar/laborator	14
<b>Distribuția fondului de timp</b>					<b>Ore</b>
Studiul după prelegeri de curs, bibliografie și notițe					15
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					15
Pregătire seminare/laboratoare, teme, referate					25
Tutoriat					0
Examinări					3
Alte activități					
3.7. Total ore studiu individual					58
3.8. Total ore din planul de învățământ					42
3.9. Total ore pe semestru					100
3.10. Numărul de credite					4

### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	(nu e cazul)
4.2. de competențe	Competențe practice generale privind folosirea platformelor online de comunicare

### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Sală de curs cu videoproiector
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	Sală de laborator informatic

### 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	1. Cunoaștere și înțelegere (cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor/conceptelor specifice disciplinei)
-------------------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Înțelegerea și cunoașterea conceptelor referitoare la comunicarea din mediul online – și a diferențelor față de restul formelor de comunicare.</li> <li>• Însușirea unor reguli etice de bază privind comunicarea din mediul online – ca element de specificitate pentru acest mediu (inclusiv cunoașterea unor elemente primare de protecție a datelor personale).</li> <li>• Cunoașterea principiilor planificării și realizării de campanii de comunicare extinse.</li> </ul>
	<p>2. Explicarea și înțelegerea mediului de comunicare online – din România și din țările occidentale</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Relația dintre mediul digital și alte medii de comunicare. Diferențe și asemănări</li> <li>• Publicuri diferite, comportamente diferite – înțelegerea publicului și a tendințelor legate de mediul de comunicare online</li> <li>• Deprinderea de cunoștințe despre sursele de date despre aceste subiecte și revalidarea constantă a acestora – folosirea de surse publice deschise</li> </ul>
	<p>3. Familiarizarea cu instrumentele practice existente pe platformele online pentru eficientizarea comunicării – atât din perspectiva monitorizării rezultatelor, cât și din perspectiva construirii mai eficiente a conținutului</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilizarea unor instrumente de analiză și interpretare specifice.</li> <li>• Utilizarea unor instrumente de creare de conținut eficient.</li> </ul>
	<p>4. Atitudini practice (dezvoltarea unei atitudini critice față de instrumentele existente în spațiul public, asimilarea unor criterii cu puternică dimensiune etică în folosirea datelor, deschiderea spre lucrul în echipă și spre căutarea de competențe complementare, valorificarea propriului potențial creativ în folosirea instrumentelor disponibile, deschiderea spre dezvoltarea profesională continuă specifică acestui domeniu)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Recompensarea lucrului în echipă inclusiv în evaluarea finală – și stimularea rezolvării problemelor în echipe diverse;</li> <li>• Motivarea studenților de a explora critic instrumentele disponibile și valorificarea potențialului creativ prin mai buna înțelegere a acestora;</li> <li>• Facilitarea înțelegerii funcționării concrete a mediului profesional – interacțiuni cu actori relevanți din piață, precum și cunoașterea activă a mediului profesional;</li> <li>• Evidențierea legăturilor cu zone de expertiză complementare (data science, sociologie, producție multimedia, jurnalism, știința politică, advertising, marketing etc).</li> </ul>
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitatea de analiză și sinteză, capacitatea de interpretare</li> </ul>

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Familiarizarea cu instrumentele practice utile în derularea de comunicare în media digitale, mai precis pe platforme media online. Introducere în practica folosirii instrumentelor la dispoziția practicienilor din România, în prezent.</li> </ul>
7.2. Obiective specifice	La sfârșitul cursului, studentul trebuie să fie capabil să:

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Să cunoască publicul (audiiențele) asociate diverselor forme de comunicare pe platforme media online, și să poată folosi instrumente de monitorizare a comunicării din mediul online.</li> <li>• Să poată înțelege conceptele folosite în media online, să poată analiza datele existente, să poată extrage date din mediul online; să poată folosi instrumente publice pentru a discerne între conținuturi diferite din mediul online pentru a înțelege cum se măsoară succesul comunicării în mediul online.</li> <li>• Să cunoască etapele necesare elaborării unei campanii de comunicare în mediul online, precum și instrumentele și abilitățile necesare derulării unei astfel de campanii.</li> <li>• Să cunoască elemente de estionare a conținutului creat pentru comunicarea online – instrumente disponibile, reguli, exemple de succes, expertize necesare etc.</li> <li>• Să poată aplica cunoștințele dobândite pe situații concrete ce presupun măsurarea impactului comunicării sau planificării creării strategice de conținut util pentru comunicarea online.</li> </ul>
--	--

## 8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Observații
1. Introducere, concepte, reguli	Prelegere, suport electronic (ppt)	
2. Navigare in digital. Căutarea booleană. Elemente generale de SEO	Prelegere, suport electronic (ppt)	
3. Digitalul românesc – online vs offline. Comparație cu restul lumii occidentale. Efecte recente ale epidemiei asupra consumului online	Prelegere, suport electronic (ppt)	
4. Profilul publicului care consuma media online. Piata online. Dinamica comunicarii online in Romania. Masurarea comportamentului uman. Masurarea audientelor.	Prelegere, suport electronic (ppt)	
5. Monitorizare. Analitice simple pe rețelele sociale	Prelegere, suport electronic (ppt)	
6. Monitorizare. Analitice complexe pe rețelele sociale	Prelegere, suport electronic (ppt)	
7. Platforme digitale clasice	Prelegere, suport electronic (ppt)	
8. Marketing personalizat online. Protecția datelor personale	Prelegere, suport electronic (ppt)	
9. Content marketing pe platforme online. Rețele sociale	Prelegere, suport electronic (ppt)	
10. Influencer marketing, Topuri, reguli, monitorizare	Prelegere, suport electronic (ppt)	
11. Facebook Ads. Reclame, campanii	Prelegere, suport electronic (ppt)	
12. Facebook groups. Conținut, rețele, abordări	Prelegere, suport electronic (ppt)	
13. Vânzări online. Dinamica pieței. Planificarea de campanii	Prelegere, suport electronic (ppt)	
14. Integrarea comunicării. Campaniile electorale. Recapitulari	Prelegere, suport electronic (ppt)	
<b>Rapoarte</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reuters Institute Digital News Report 2020 - <a href="http://www.digitalnewsreport.org/">http://www.digitalnewsreport.org/</a></li> <li>• Media Factbook Romania 2020 - <a href="http://www.mediafactbook.ro/">http://www.mediafactbook.ro/</a></li> <li>• Date Pew Research Institute - <a href="https://www.journalism.org/fact-sheet/digital-news/">https://www.journalism.org/fact-sheet/digital-news/</a></li> <li>• Date Pew Internet Institute - <a href="https://www.pewresearch.org/internet/fact-sheet/social-media/">https://www.pewresearch.org/internet/fact-sheet/social-media/</a></li> <li>• Hootsuite Digital Data 2020 - <a href="https://www.hootsuite.com/pages/digital-2020">https://www.hootsuite.com/pages/digital-2020</a> si (date din octombrie 2020) - <a href="https://wearesocial.com/blog/2020/10/social-media-users-pass-the-4-billion-mark-as-global-adoption-soars">https://wearesocial.com/blog/2020/10/social-media-users-pass-the-4-billion-mark-as-global-adoption-soars</a></li> <li>• Hootsuite Social Trends 2021 - <a href="https://www.hootsuite.com/pages/social-trends-2021">https://www.hootsuite.com/pages/social-trends-2021</a></li> </ul>		

- Raport extins de cercetare **FMDL&SNSPA** despre participarea civica - <http://infopolitic.ro/studii/cultura-participativa-in-romania-2012-vs-2016.html>
- (2021) New Research Reveals How Consumers View Brand Purpose in **2020** <https://www.brandwatch.com/reports/2020-brand-purpose/view/>

#### Volume

- Dutton, W.H. (editor), (2013), *The Oxford Handbook of Internet Studies*, Oxford University Press, doi: 10.1093/oxfordhb/9780199589074.001.0001
- Graham, Mark and Dutton, William H. (eds.) (2014), *Society & the Internet. How Networks of Information and Communication are Changing Our Lives*. Oxford: Oxford University Press
- Van Dijk, J (2013), *The Culture of Connectivity: A critical history of social media*, Oxford University Press
- Castells, M., (2015), *Networks of Outrage and Hope. Social Movements in the Internet Age*, Polity, 2<sup>nd</sup> edition
- Castells, M., (2010), *The Rise of the Network Society, Vol1. Information Age*, Wiley Blackwell, 2<sup>nd</sup> edition

#### Articole

- Pew Research Center for the People and the Press (2011) Americans spending more time following the news. Available at <https://www.people-press.org/2010/09/12/americans-spending-more-time-following-the-news/>
- Valoarea datelor din social media - [https://www.accenture.com/\\_acnmedia/Accenture/Conversion-Assets/DotCom/Documents/Global/PDF/Technology\\_6/Accenture-Unlocking-Value-Social-Data.pdf](https://www.accenture.com/_acnmedia/Accenture/Conversion-Assets/DotCom/Documents/Global/PDF/Technology_6/Accenture-Unlocking-Value-Social-Data.pdf)
- Digital literacy - <https://www.learntechlib.org/p/4793/>
- A marketing communications approach for the digital era: Managerial guidelines for social media integration <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0007681315000634>
- Digital literacy - <https://www.learntechlib.org/p/4793/>
- A marketing communications approach for the digital era: Managerial guidelines for social media integration <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0007681315000634>

8.2. Seminar/laborator	Metode de predare	
1. Seminar introductiv.	Introducere (prezentarea planului, evaluare, mod de lucru) + metode de cautare in digital media (exercitii de cautare booleana). Piata media digitala si publicul care consuma digital media (analiza date sondaje) Definire grupuri de lucru + definirea primei teme	
2. Analitice disponibile	Exercitii. Monitorizari simple si complexe Folosire Zelist Monitor / alte platforme Folosire Google	
3. Prezentare Tema 1 + discutii	Prezentarea monitorizarilor facute + evaluari. Discutii studii de caz curente – folosire platforme monitorizare	
4. Creare de continut online	Discutii si exercitii. Platforme digitale clasice si creare de continut. Wordpress, Canva, Mailchimp, WhatsApp. GDPR/protectia datelor personale; copyright	
5. Facebook si influenceri	Discutii si exercitii. Rețele sociale. Continut pe rețele sociale. Influencer marketing Discutii despre solutii de eficientizare a continutului de comunicare online	

6. Prezentare Tema 2 + discutii	Prezentarea proiectelor de continut facute + evaluari. Discutii studii de caz – folosire metrice de evaluare	
7. Campanii in online. Politic, Facebook, vanzari	Discutii. Planificare campanii Evaluare studii de caz – campanii politice (alegeri)	
<b>Lecturi recomandate:</b>		
Rapoarte		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reuters Institute Digital News Report <b>2020</b> - <a href="http://www.digitalnewsreport.org/">http://www.digitalnewsreport.org/</a></li> <li>• Media Factbook Romania <b>2020</b> - <a href="http://www.mediafactbook.ro/">http://www.mediafactbook.ro/</a></li> <li>• Date Pew Research Institute - <a href="https://www.journalism.org/fact-sheet/digital-news/">https://www.journalism.org/fact-sheet/digital-news/</a></li> <li>• Date Pew Internet Institute - <a href="https://www.pewresearch.org/internet/fact-sheet/social-media/">https://www.pewresearch.org/internet/fact-sheet/social-media/</a></li> <li>• Hootsuite Digital Data <b>2020</b> - <a href="https://www.hootsuite.com/pages/digital-2020">https://www.hootsuite.com/pages/digital-2020</a> si (date din octombrie 2020) - <a href="https://wearesocial.com/blog/2020/10/social-media-users-pass-the-4-billion-mark-as-global-adoption-soars">https://wearesocial.com/blog/2020/10/social-media-users-pass-the-4-billion-mark-as-global-adoption-soars</a></li> <li>• Hootsuite Social Trends <b>2021</b> - <a href="https://www.hootsuite.com/pages/social-trends-2021">https://www.hootsuite.com/pages/social-trends-2021</a></li> <li>• Raport extins de cercetare <b>FMDL&amp;SNSPA</b> despre participarea civica - <a href="http://infopolitic.ro/studii/cultura-participativa-in-romania-2012-vs-2016.html">http://infopolitic.ro/studii/cultura-participativa-in-romania-2012-vs-2016.html</a></li> <li>• (2021) New Research Reveals How Consumers View Brand Purpose in <b>2020</b> <a href="https://www.brandwatch.com/reports/2020-brand-purpose/view/">https://www.brandwatch.com/reports/2020-brand-purpose/view/</a></li> </ul>		

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

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cursul oferă o pregătire conceptuală generală (cultură generală) pentru orice practician din domeniul comunicării, precum și o trecere în revistă practică (aplicată) a instrumentelor disponibile pentru experții în comunicare din România, în prezent</li> </ul>
--

### 10. Evaluare

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
Seminar	Prezența	Prezența la minim 4 seminare	Condiție de acceptare la examen
Curs /Seminar	Prezența activa	Raspunsuri la temele transmise in cadrul discutiilor de la fiecare seminar	Max 10%
Seminar/Lucru in grup	Tema de grup 1	Bifarea cerintelor. Tema se evalueaza ca trecut/picat – 4 puncte	20% (10% daca se reface, in urma nepromovarii)
Seminar/Lucru in grup	Tema de grup 2	Bifarea cerintelor. Tema se evalueaza ca trecut/picat – 4 puncte	20% (10% daca se reface, in urma nepromovarii)
Examen	Scris, tip grila, sustinut prin chestionar online	Bifarea rezultatelor corecte – 10 puncte maxim. Chestionarul – cu variantele de raspuns corecte, va fi publicat ulterior	50%
Standard minim de performanță: nota 5			

Cerințe minime pentru nota 5

1. Cumularea de 5 puncte din cele 4 condiții de mai sus
2. Peste 50% prezență la seminar

Data completării:

24.09.2020

Semnătura titularului de curs

Dan Sultănescu

Semnătura titularului de seminar

Data avizării în departament:

30.09.2020

Semnătura directorului de departament:

\_\_\_\_\_



## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Școala Națională de Studii Politice și Administrative
1.2. Facultatea	Comunicare și Relații Publice
1.3. Departamentul	Comunicare
1.4. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5. Ciclul de studii	Studii universitare de licență
1.6. Programul de studii/Calificarea	Comunicare și Relații Publice

### 2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	<b>Comunicare interpersonală</b>						
2.2. Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Loredana Ivan						
2.3. Titularul activităților de seminar	Conf. univ. dr. Loredana Ivan						
2.4. Anul de studiu:	III	2.5. Semestrul	V	2.6. Tipul de evaluare	Evaluare continuă (EC)	2.7. Regimul disciplinei	DF, Opt.

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar/laborator	1
3.4. Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5. curs	28	3.6. seminar/laborator	14
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					14
Tutoriat					
Examinări					4
Alte activități...					
3.7. Total ore studiu individual					58
3.8. Total ore din planul de învățământ					42
3.9. Total ore pe semestru					100
3.10. Numărul de credite					4

### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Nicio disciplină nu este obligatorie
4.2. de competențe	Cursul este destinat studenților din anul III de la specializarea Comunicare și Relații Publice și Publicitate.

### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Sala de curs cu videoproiector
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	Sală de seminar/cu videoproiector

### 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	1. Cunoaștere și înțelegere ( <i>cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei</i> ) Cursul dezvoltă capacitatea cursanților de a analiza interacțiunile sociale
-------------------------	---

	<p>cotidiene, reacțiile proprii în situații de interacțiune și de a reflecta asupra rolul noilor tehnologii de comunicare și informare (ICT) în relațiile cotidiene. Obiectivele cursului sunt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cine sunt? Cum mă văd ceilalți? Cunoașterea elementelor care contribuie la formarea sinelui și identității de sine;</li> <li>• 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</li> <li>• Rolului rețelelor sociale în construirea capitalului relațional al indivizilor</li> </ul>
	<p>2. Explicare și interpretare (<i>explicarea și interpretarea unor idei, proiecte, procese, precum și a conținuturilor teoretice și practice ale disciplinei</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 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.</li> <li>• Studenții vor identifica rolul rețelelor sociale în producerea și transmiterea informațiilor și în construirea capitalului social al indivizilor.</li> <li>• Studenții vor analiza rolul noilor tehnologii în transformarea relațiilor sociale, interacțiunilor cotidiene din sfera personală și profesională.</li> </ul>
	<p>3. Instrumental- aplicative (proiectarea, conducerea și evaluarea activităților practice specifice: utilizarea unor metode, tehnici și instrumente de investigare și de aplicare)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Studenții vor fi capabili să analizeze diferitele tipuri de relații sociale, aspecte funcționale și disfuncționale ale interacțiunilor cotidiene</li> <li>• Studenții vor dobândi capacitatea de a 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</li> <li>• 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</li> </ul>
	<p>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</p>

	<p>responsabilități similare / participarea la propria dezvoltare profesională).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 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 procese cu potențial disfuncțional</li> <li>• Vor fi analizate critic cercetări care pun în evidență transformarea relațiilor cotidiene sub presiunea: noile 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 asupra diferitelor sfere ale vieții sociale.</li> </ul>
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sunt analizate critic cercetări care investighează aspecte ale vieții cotidiene la nivel micro</li> <li>• Folosirea tehnicii interviului pentru investigarea diferitelor comportamente umane</li> <li>• Analiza indivizilor în interacțiuni cotidiene și surprinderea rolului contextului social</li> <li>• Folosirea etnografiei în studiul interacțiunilor sociale</li> <li>• Folosirea SNA (Social Network Analysis) în studiul rețelelor sociale</li> </ul>

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	<p>Cursul dezvoltă capacitatea cursanților de a analiza interacțiunile sociale cotidiene, reacțiile proprii în situații de interacțiune și de a dezvolta relații sociale funcționale cu ceilalți. Obiectivele cursului sunt: cunoașterea principalelor teorii care explică formarea și identitatea de sine și percepția socială, precum și aplicarea acestor modele în analiza diferitelor tipuri de relații sociale: romantice, colegiale, de muncă etc. De asemenea, cursul își propune îmbunătățirea abilităților de comunicare interpersonală.</p>
7.2. Obiective specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Studenții vor fi capabili să analizeze diferitele tipuri de relații între self și alții, aspecte funcționale și disfuncționale</li> <li>• Studenții vor dobândi capacitatea de a construi exerciții proprii de intercunoaștere și inter-relaționare și de a proiecta cercetări cu caracter științific privind teme de comunicare interpersonală.</li> <li>• Studenții vor dobândi un simț reflexiv mai bun în relațiile cu ceilalți, capacitate de predicție și înțelegere a reacțiilor celorlalți în diferite contexte sociale.</li> </ul>

## 8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Observații
1. Domeniul comunicării interpersonale	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	
2. Sinele și cunoașterea sinelui	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	
3. Comunicarea interpersonală mediată de noile tehnologii (I)	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	
4. Comunicarea interpersonală mediată de noile tehnologii (I)	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	
5. Vârstnicii și noile tehnologii	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	
6. Cognația socială: cum explică indivizii, la nivelul simțului comun, realitatea în care trăiesc(I)	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	
7. Cognația socială: cum explică indivizii, la nivelul simțului comun, realitatea în care trăiesc(II)	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	
8. Erori cognitive și rolul lor în percepția și interpretarea relațiilor cu ceilalți	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	
9. Rolul rețelelor sociale în structurarea relațiilor interpersonale	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	
10. Percepția interpersonală: Atribuirea cauzelor comportamentelor observate	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	
11. Aptitudini de comunicare interpersonală: limbajul persuasiv	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	
12. Rolul umorului în relațiile cu ceilalți	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	
13. Emoții sociale și rolul lor în structurarea relațiilor interpersonale. Rușinea și vinovăția și mândria – aspecte funcționale și disfuncționale	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	
14. Elemente recapitulative. Cercetări moderne din domeniul comunicării interpersonale	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	

### Bibliografie

**Serge Ciccotti (2007). *150 de pentru cunoașterea celuilalt*, Iași: Polirom (integral).**

**Duduciuc, Alina, Ivan, Loredana și Chelcea, Septimiu (2018, editia a doua). *Psihologie socială. Studiul interacțiunilor umane*. București: Editura Comunicare.ro (capitolele: Selful; Comunicarea interpersonală și Cognația socială).**

Floyd, Kory (2013). *Comunicare Intrrpersonală*. 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.

Iluț, Petru (2001). *Sinele și cunoașterea lui*. Iași: Editura Polirom. (pp. 10-80)

8.2. Seminar/laborator		Obs.
1. Sinele și prezentarea sinelui. Teme de casă și discuții pe marginea lor (tema pentru assignment 1)	Exerciții cu studenții	
2. Vârștii și noile tehnologii: proiectarea unei cercetări (tema pentru assignment 2)	Teme de casă și discuții pe marginea temelor	
3. Percepția interpersonală: scheme mentale și erori cognitive. Exerciții.	Exerciții cu studenții și analiza critică a bibliografiei consultate	
5. Experimentul și rolul său în cercetarea relațiilor interumane (tema pentru assignment 3)	Discutarea unor cercetări din literatura de specialitate	
4. Analiza rețelelor sociale pentru evidențierea relațiilor de prietenie (tema pentru assignment 4)	Mini cercetări ale studenților	
6. Influență interpersonală. Tehnici de persuasiune și manipulare. Exerciții	Exerciții cu studenții	
7. Cercetări moderne din domeniul comunicării interpersonale	Exerciții cu studenții	

#### **Bibliografie:**

Serge Ciccotti (2007). *150 de pentru cunoașterea celuilalt*, Iași: Polirom (integral)

Chelcea, Septimiu (2006). *Opinia publică. Strategii de persuasiune și manipulare*. București: Editura Economică (Capitolul: Strategii de persuasiune, inclusiv rolul umorului)

Duduciuc, Alina, Ivan, Loredana și Chelcea, Septimiu (2013). *Psihologie socială. Studiul interacțiunilor umane*. București: Editura Comunicare.ro (capitolele: Selful; Comunicarea interpersonală și Cognația socială).

Fernandez-Ardevol, Mireia și Ivan, Loredana (2013): Older people and mobile communication in two European contexts, *Romanian Journal of Communication and Public Relations*, 15(3), 83-98 (electronic [http://journalofcommunication.ro/archive2/032/32/fernandez-ardevol\\_ivan.pdf](http://journalofcommunication.ro/archive2/032/32/fernandez-ardevol_ivan.pdf))

Floyd, Kory (2013). *Comunicare Intrapersonală*. 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.

Iluț, Petru (2001). *Sinele și cunoașterea lui*. Iași: Editura Polirom. (pp. 110-200)

DeVito, Joseph (2012). *Interpersonal Communication Book* (13th edition).New York: Pearson (integral)

\*\*\* 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, asociațiilor profesionale și angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Disciplina este elaborată pe baza unor manuale și materiale cu caracter științific și recunoscute internațional</li> <li>• Majoritatea tematicilor tratate în cadrul cursului și seminariilor se înscriu în preocupările actuale în domeniul comunicării nonverbale</li> <li>• Cadrul didactic deține lucrări în domeniu, predă această disciplină de mai mult de 5 ani și a realizat cercetări proprii în domeniul comunicării nonverbale</li> </ul>
--

#### 10. Evaluare

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
Evaluare continuă	Poate elabora o cercetare în domeniu, în echipă Poate conduce o cercetare pentru a cunoaște un aspect al comunicării interpersonale, dintre cele studiate	Elaborarea unei lucrări/ Colocviu	60%
Seminar	Are abilitate de a evalua critic cercetările conduse în domeniu Are cunoștințe despre cercetările conduse în doemniu și face conexiuni între noțiunile studiate	- activității aplicative atestate/laborator/lucrări practice/proiect etc. - teme de casă - activități științifice	40%
10.6. Standard minim de performanță:			
Minim nota 5 la seminar Elaborarea corectă a unui proiect de cercetare în echipă pe o tematică specifică domeniului studiat.			

Data completării:  
24.09.2020

Semnătura titularului de curs  
Loredana Ivan

Semnătura titularului de seminar  
Loredana Ivan

Data avizării în departament:  
30.09.2020

Semnătura directorului de departament:

## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Școala Națională de Studii Politice și Administrative
1.2. Facultatea	Comunicare și Relații Publice
1.3. Departamentul	Comunicare
1.4. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5. Ciclul de studii	Studii universitare de licență
1.6. Programul de studii/Calificarea	Comunicare și Relații Publice

### 2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	<b>Comunicare nonverbală</b>						
2.2. Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Loredana Ivan						
2.3. Titularul activităților de seminar	Conf. univ. dr. Loredana Ivan						
2.4. Anul de studiu:	III	2.5. Semestrul	VI	2.6. Tipul de evaluare	Examen și Evaluare continuă	2.7. Regimul disciplinei	DS, Opt.

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar/laborator	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5. curs	28	3.6. seminar/laborator	28
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					
Examinări					4
Alte activități....					
3.7. Total ore studiu individual					94
3.8. Total ore din planul de învățământ					56
3.9. Total ore pe semestru					150
3.10. Numărul de credite					6

### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Nicio disciplină nu este obligatorie
4.2. de competențe	Cursul este destinat studenților din anul III de la specializarea Comunicare și Relații Publice și Publicitate, dar este deschis și celor care urmează specializarea sociologie sau psihologie

### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Sala de curs cu videoproiector
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	Sală de seminar/cu videoproiector

### 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	1. Cunoaștere și înțelegere ( <i>cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor</i> )
-------------------------	--

	<p><i>specifice disciplinei)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cunoaște conținutul termenului „comunicare nonverbală” și a raporturilor dintre „comunicarea verbală” și „comunicarea nonverbală”.</li> <li>• Poate identifica expresiile faciale corespunzătoare diferitelor tipuri de emoții și cele specifice emoțiilor considerate „fundamentale”.</li> <li>• Cunoaște principalele stereotipuri asociate elementelor nonverbale specifice fizionomiei indivizilor.</li> <li>• Poate discuta diferitele criterii de clasificare a gesturilor și analizează utilitatea fiecărei taxonomii.</li> <li>• Cunoaște termenii: „competență în comunicarea nonverbală”, „inteligență emoțională”, „competență socială”, „competență emoțională” și distincțiile dintre aceștia.</li> <li>• Descrie tipurilor diferite de audiență / public implicate în comunicare</li> </ul>
	<p>2. Explicare și interpretare (<i>explicarea și interpretarea unor idei, proiecte, procese, precum și a conținuturilor teoretice și practice ale disciplinei</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Poate analiza rolul comunicării nonverbale în comunicare în spațiul public.</li> <li>• Identifică și analizează critic rolul comunicării nonverbale în relația profesor-elev.</li> <li>• Identifică și analizează critic rolul comunicării nonverbale în cadrul succesului profesional în diferite domenii de activitate (vânzări, interviuri de angajare etc.).</li> <li>• 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.</li> <li>• Poate proiecta un experiment privind rolul elementelor nonverbale în explicarea unor reacții observate.</li> <li>• Cunoaște limitele și valențele experimentului, ca metodă regală folosită în domeniul comunicării nonverbale.</li> <li>• Poate utiliza cu succes metoda observație în analiza comportamentelor nonverbale.</li> <li>• Descrierea tipurilor diferite de audiență / public implicate în comunicare</li> <li>• Proiectarea și realizarea unor analize ale comunicării publicitare în condiții prestabilite</li> </ul>
	<p>3. Instrumental- aplicative (proiectarea, conducerea și evaluarea activităților practice specifice: utilizarea unor metode, tehnici și instrumente de investigare și de aplicare)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Studenții pot realiza individual un proiect de cercetare care să pună în evidență rolul elementelor nonverbale în comunicarea interpersonală.</li> <li>• Cunoaște valoarea elementelor nonverbale în decodificarea unor situații de risc (spre ex. minciuna și înșelătoria).</li> <li>• Sunt antrenați în exerciții care urmăresc creșterea competenței în comunicarea nonverbală. Studenții învață să elaboreze propriile teste care măsoară competența în comunicarea nonverbală și să evalueze critic testele existente.</li> <li>• Studenții iau contact cu cercetări experimentale exemplare și învață să abordeze științific domeniul comunicării nonverbale.</li> </ul>
	<p>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).</p>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Studenții sunt familiarizați cu principiile deontologice ale cercetării experimentale.</li> <li>• Cunosc valoarea secțiunilor de <i>debriefing</i> și responsabilitatea cercetătorului față de situația participanților la experiment și față de modalitățile de difuzare a datelor.</li> <li>• Sunt analizate criticile de natură deontologică adresate unor experimente din domeniul comunicării nonverbale.</li> </ul>
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice</li> <li>• Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și a adaptării la cerințele pieței muncii</li> <li>• Sunt analizate critic experimente utile pentru înțelegerea generală a metodei experimentului</li> <li>• Sunt discutate cercetări exemplare utile pentru dezvoltarea cunoașterii științifice și înțelegerea comportamentelor umane</li> <li>• Sunt discutate aspecte deontologice care au valoarea generală pentru domeniul publicității</li> </ul>

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	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	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Studenții vor fi capabili să analizeze principalele elemente nonverbale care au rol în reglarea interacțiunilor cotidiene.</li> <li>• Studenții vor dobândi capacitatea de a proiecta și realiza un experiment sau o cercetare bazată pe metoda observației în domeniul comunicării nonverbale.</li> <li>• Studenții vor dobândi competențe comunicaționale sporite și vor deveni atenți la elementele nonverbale în situații de influență socială.</li> </ul>

#### 8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Observații
1. Din istoricul comunicării nonverbale	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	
2. Abordarea științifică a comunicării nonverbale: paradigme în studiul comunicării nonverbale (I)	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	
3. Abordarea științifică a comunicării nonverbale: paradigme în studiul comunicării nonverbale (II)	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	
4. Fața și expresiile faciale	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	
5. Mesajele corpului uman. Analiza unor stereotipuri	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	

6. Gesturile și postura. Semnificații culturale ale gesturilor. Elemente nonverbale și influență socială	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	
7. Proxemica și privirea în interacțiunile cotidiene	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	
8. Comunicare nonverbală și discurs public (invitat special Alexandru Cârlan)	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	
9. Vestimentația și valorile sociale	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	
10. Competența în comunicarea nonverbală (I)	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	
11. Măsurarea competenței în comunicarea nonverbală (II)		
12. Semnale nonverbale în decodificarea minciunii	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	
13. <i>Thin slices: o nouă abordare în studierea comunicării nonverbale</i>	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	
14. Rolul experimentului și observației în analiza comunicării nonverbale	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	
<p><b>Bibliografie</b>  Chelcea, Septimiu (coord) (2004). <i>Comunicarea nonverbală în spațiul public</i>. București: Editura Tritonic.</p> <p>Chelcea, Septimiu, Ivan, Loredana și Chelcea, Adina (2008). <i>Comunicarea nonverbală: gesturile și postura. Cuvintele nu sunt de-ajuns</i>, ediția a 2-a revăzută și îmbunătățită. București: Editura comunicare.ro (suport de curs). <b>Este recomandată ediția a doua, cu anul apariției 2008.</b></p> <p>Ivan, Loredana. <i>Cele mai importante 20 de secunde. Competența în comunicarea nonverbală</i>. (2009). București: Editura Tritonic.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Knapp, Mark L. și Hall, Judith A. (2010). <i>Nonverbal Communication in Human Interaction</i> (ediția a 7-a). Boston, MA. : Wadsworth, Cengage Learning.: Editura Tritonic</li> </ul>		
8.2. Seminar/laborator		Obs.
1. “Mituri” despre limbajul nonverbal	Analize critice și discutarea unor experimente specifice	

	domeniului comunicării nonverbale	
2. Aplicații ale paradigmei din domeniul comunicării nonverbale	Exerciții și studii de caz, cu studenții	
3. Gesturile și postura. Semnificația diferitelor tipuri de gesturi și posturi	Exerciții cu studenții și analiza critică a bibliografiei consultate	
4. Proxemica. Importanța utilizării distanțelor în interacțiunile sociale	Conducerea unui experiment în clasă	
5. Elemente nonverbale în decodificarea minciunii	Exerciții cu studenții și analiza critică a bibliografiei consultate	
6. Antrenarea competenței în comunicare nonverbală	Analiza unor instrumente de măsurare a competenței nonverbale	
7. Discutarea proiectelor de echipă	Conducerea unui experiment în clasă	

**Bibliografie:**

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

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, asociațiilor profesionale și angajatori 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
Evaluare continuă	Are abilitatea de a evalua critic cercetările conduse în domeniu Are cunoștințe despre cercetările conduse în domeniu și face	Examen scris	70%

	conexiuni între noțiunile studiate		
Seminar	Poate elabora o cercetare în domeniu, în echipă Poate aplica metoda experimentului pentru a cunoaște un aspect al relațiilor interpersonale care are legătură cu limbajul nonverbal	- activități aplicative atestate/laborator/lucrări practice/proiect etc. - teme de casă - activități științifice	30%
10.6. Standard minim de performanță:			
Minim nota 5 la seminar Elaborarea corectă a unui proiect de cercetare în echipă pe o tematică specifică domeniului studiat.			

Data completării:  
24.09.2020

Semnătura titularului de curs  
Loredana Ivan

Semnătura titularului de seminar  
Loredana Ivan

Data avizării în departament:  
30.09.2020

Semnătura directorului de departament:

\_\_\_\_\_

**FIȘA DISCIPLINEI**  
**Cultura română în context european**

**1. Date despre program**

1.1 Instituția de învățământ superior	Școala Națională de Studii Politice și Administrative
1.2 Facultatea	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	<b>Cultura română în context european</b>						
2.2 Titularul activităților de curs	Prof.univ.dr. Grigore Georgiu						
2.3 Titularul activităților de seminar	dr. Drăgan Nicolae-Sorin						
2.4 Anul de studiu	I	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare	V	2.7 Regimul disciplinei	DS, Opt.

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	28
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					30
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					19
Tutoriat					0
Examinări					0
Alte activități.....					
3.7 Total ore studiu individual	69				
3.9 Total ore pe semestru	125				
3.10 Numărul de credite	5				

**4. Precondiții (acolo unde este cazul)**

4.1 de curriculum	•
4.2 de competențe	•

### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	

### 6. Competențele specifice acumulate

<b>Competențe profesionale</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Identificarea și utilizarea conceptelor și a metodologiilor specifice pentru studierea fenomenului cultural în evoluția sa istorică.</li><li>• Capacitatea de analiză a unor curente de idei, opere și personalități de referință din cultura română modernă și aprecierea lor în strânsă legătură cu mișcările culturale și intelectuale din spațiul european.</li><li>• Formarea gândirii critice în vederea unei evaluări comparative a patrimoniului cultural național, pe baza unui set de criterii și repere valorice recunoscute în domeniul disciplinelor sociale și umane.</li><li>• Construcția unei imagini coerente asupra culturii române și a elementelor care îi conferă identitate în context european și universal</li><li>• Capacitatea de a utiliza în mod adecvat și expresiv simboluri cu semnificație națională în realizarea unui produs de relații publice, în programe de comunicare și în discursuri publicitare.</li></ul>
<b>Competențe transversale</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Capacitatea de a aborda și interpreta identitatea noastră culturală dintr-o perspectivă interdisciplinară și interculturală, utilizând metodologii critice și comparative.</li><li>• Conștientizarea importanței pe care o are dimensiunea culturală a integrării noastre europene, în corelație cu aspectele politice, economice și sociale.</li><li>• Identificarea și valorificarea unor strategii și metode eficiente de promovare a valorilor românești pe piața bunurilor simbolice pentru a îmbunătăți imaginea României în spațiu european.</li><li>• Autoevaluarea nevoii de perfecționare în domeniile culturale pentru a facilita inserția socială și adaptarea la cerințele noi de pe piața muncii.</li></ul>

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"><li>• Cursul oferă studenților cunoștințe și informații sistematizate asupra unor momente semnificative parcurse de cultura română în ultimele două secole, în strânsă corelație cu evoluția curentelor de idei din spațiul european.</li><li>• Aprofundarea cunoștințelor de istorie culturală este realizată printr-o nouă lectură / analiză a unor opere fundamentale ale culturii române, din perspectiva schimbărilor și a provocărilor actuale.</li><li>• Formarea unei imagini adecvate a studenților asupra identității noastre culturale, printr-o raportare comparativă a creațiilor românești la modelele culturale europene, pentru a surprinde influențele exercitate asupra culturii</li></ul>
---------------------------------------	--

	române, dar și elementele sale de originalitate.
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cunoașterea aprofundată a unor opere, curente de gândire și personalități de referință din cultura română modernă, în acord cu noile cercetări de istorie culturală și cu analizele comparative recente, corectând o serie de interpretări eronate și evaluări ideologizante din perioada comunistă.</li> <li>• Un obiectiv specific al acestui curs (care conjugă abordări interdisciplinare) este și acela de a-i introduce pe studenți în climatul dezbaterilor referitoare la identitatea culturală și la profilul nostru etnopsihologic, oferindu-le un set de criterii și repere metodologice pentru a putea interpreta „dosarele” controversate ale culturii române.</li> <li>• Prin abordări de natură imagologică, cursul urmărește modul în care s-a construit și s-a schimbat, în decursul veacurilor, imaginea românilor despre ei înșiși și imaginea altor popoare despre identitatea noastră, până în perioada contemporană.</li> <li>• Conștientizarea importanței pe care o are cunoașterea temeinică și evaluarea adecvată a patrimoniului nostru cultural pentru elaborarea unei strategii eficiente de promovare a valorilor românești în mediul european și pentru reconfigurarea imaginii României în lume.</li> </ul>

## 8. Conținuturi

8. 1 Cursuri	Metode de predare	Observații
1.Introducere. Modelul cultural european și identitatea culturală a românilor în epoca modernă. Abordări actuale privind raportul dintre identitatea națională și cea europeană	Expunere	
2. Tradiție și actualitate în creația culturală. Periodizarea culturii europene și românești: epoci, curente de idei, stiluri. Criterii de interpretare a culturii române moderne.	Expunere	
3. Tranziția spre modernitate în spațiul european și în cel românesc. Mișcarea umanistă. Școala Ardeleană și mișcarea luministă. Procese ale modernizării în prima jumătate a secolului al XIX-lea. Mișcarea pașoptistă; idei și personalități	Expunere	
4. Evoluția vieții culturale în a doua jumătate a secolului al XIX-lea. Junimismul. Teoria „formelor fără fond” la T.Maiorescu și M. Eminescu.	Expunere	
5. Orientări în gândirea socială și filosofică europeană din a doua jumătate a secolului al XIX-lea (evoluționism, pozitivism, marxism, neokantianism,	Expunere	

conservatorism, liberalism). Concepția filosofică a lui Vasile Conta. Filosofia istoriei la B.P.Hasdeu și A.D.Xenopol.		
6. Personalități, orientări culturale și mișcări ideologice la începutul secolului XX. Sămănătorism, poporanism, social-democrație. Spiru Haret, A.C.Popovici, D.Drăghicescu, Vasile Goldiș, C. Stere, Garabet Ibrăileanu. Teoria „neoiobăgiei” la C-tin Dobrogeanu Gherea. Istorie, cultură și națiune în concepțiile lui Vasile Pârvan și Nicolae Iorga.	Expunere	
7. Cultura românească în perioada interbelică. Aspecte generale. Confruntări de idei, instituții culturale, publicații. Evoluții ale fenomenului artistic: tradiționalism, modernism, avangardă.	Expunere	
8. Gândirea socială și economică în perioada interbelică. Sistemul sociologic al lui D.Gusti și activitatea Școlii sociologice de la București.	Expunere	
9. Sistemul filosofic al lui Lucian Blaga. Concepția despre cultura. Matricea stilistică. Caracteristici ale culturii române în viziunea lui Blaga.	Expunere	
10. Confruntări de idei cu privire la raportul dintre cultura română și cea europeană. Eugen Lovinescu și teoria sincronismului	Expunere	
11. Personalități și orientări în filosofia și sociologia culturii. Nichifor Crainic și ortodoxismul gândirist. Concepțiile lui Nae Ionescu și Emil Cioran.	Expunere	
12.. Generația '27 și programul „noii spiritualități”. Concepțiile lui Mircea Eliade, Mircea Vulcănescu și Constantin Noica	Expunere	
13. Abordări privind specificul național și profilul etnopsihologic al românilor (C.Rădulescu-Motru, P.P.Negulescu, Mihai Ralea). Tradiție și identitate culturală în viziunea lui G. Călinescu	Expunere	
14. Cultura română în perioada regimului comunist. Tranziția postcomunistă și reconstrucția culturii române. Dezbateri actuale privind identitatea noastră culturală în context european.	Expunere	

### **Bibliografie**

Alexandrescu, Sorin, *Privind înapoi, modernitatea*, București, Editura, Univers, 1999  
Blaga, Lucian, *Trilogia culturii*, în *Opere*, vol. 9, București, Editura Minerva, 1985.  
Boia, Lucian, *Istorie și mit în conștiința românească*, București, Editura Humanitas, 1997.  
Călinescu, G., *Istoria literaturii române de la origini până în prezent*, Editura Minerva, 1982.  
Cioran, Emil, *Schimbarea la față a României*, București, Editura Humanitas, 1990.  
Eliade, Mircea, *Profetism românesc*, vol. 1 și 2, București, Editura "Roza Vânturilor", 1990.



Georgiu, Grigore, *Istoria culturii române moderne*, București, Editura Comunicare.ro, 2002.  
 Lovinescu, Eugen, *Istoria civilizației române moderne*, București, Editura Minerva, 1997.  
 Maiorescu, T., *În contra direcției de astăzi în cultura română*, în *Opere*, vol. I, București, Editura Minerva, 1978.  
 Manolescu, Nicolae, *Istoria critică a literaturii române*, Editura Paralela 45, 2008.  
 Marino, Adrian, *Pentru Europa, Integrarea României. Aspecte ideologice și culturale*, Iași, Editura Polirom, 2005.  
 Martin, Mircea (coord.), *Identitate românească – identitate europeană*, vol.I și II, București : Editura Cuvântul, 2008.  
 Noica, Constantin, *Pagini despre sufletul românesc*, București, Editura Humanitas, 1991; *Modelul cultural european*, București, Editura Humanitas, 1993.  
 Ralea, Mihai, *Fenomenul românesc*, București, Editura Albatros, 1997.  
 Vulcănescu, Mircea, *Dimensiunea românească a existenței*, București, Editura Fundației Culturale Române, 1991.

### **Bibliografie suplimentară**

Boia, Lucian, *Istorie și mit în conștiința românească*, București, Editura Humanitas, 1997.  
 Crainic, Nichifor, *Ortodoxie și etnocrație*, București, Editura Albatros, 1998.  
 Eliade, Mircea, *Itinerariu spiritual. Scrieri de tinerețe, 1927*, îngrijirea ediției și note de Mircea Handoca. Editura Humanitas, București, 2003.  
 Ionescu, Nae, *Roza vânturilor*, București, Editura Roza Vânturilor, 1990.  
 Noica, Constantin, *Rostirea filosofică românească*, București, Editura Științifică, 1970.  
*Sentimentul românesc al ființei*, București, Editura Eminescu, 1978;  
 Malița, Mircea, *Cumînțenia pământului. Strategii de supraviețuire în istoria poporului român*, București, Editura Corint, 2010.  
 Manolescu, Nicolae, *Istoria critică a literaturii române*, Editura Paralela 45, 2008.  
 Marino, Adrian, *Pentru Europa, Integrarea României. Aspecte ideologice și culturale*, Iași, Editura Polirom, 2005.  
 Petreu, Marta, *De la Junimea la Noica: studii de cultură românească*, Polirom, Iași, 2011.  
 Schifirneț, Constantin, *Formele fără fond: un brand românesc*, București, Editura Comunicare.ro, 2007.

<b>8. 2 Seminar/laborator</b>	Metode de predare	Observații
1. Periodizarea culturii europene și românești: epoci, curente de idei, stiluri. Tranziția spre modernitate și formarea conștiinței naționale. Imaginea românilor în lucrările lui Dimitrie Cantemir și ale Școlii Ardelene.	Dezbateri	
2. . Junimismul și noua strategie a modernizării. Teoria „formelor fără fond” la T.Maiorescu și M. Eminescu.	Dezbateri	
3. . Confruntări de idei cu privire la raportul dintre cultura română și cea europeană. Eugen Lovinescu și teoria sincronismului Contribuții românești la avangarda artistică europeană.	Dezbateri	Ilustrații. Filme documentare.
4 . Matricea stilistică a culturii române în viziunea lui Lucian Blaga. Raportul dintre cultura minoră și	Dezbateri	Vizită la Muzeul Național al

cultura majoră. Diferențe culturale între ortodoxie, catolicism și protestantism.		Satului/Muzeul Țăranului Român
5. Generația '27. Teme, atitudini, reprezentanți. Concepțiile lui Mircea Eliade și Emil Cioran.	Dezbateri	
6. Abordări privind identitatea culturală românească în operele lui C. Rădulescu-Motru, Mircea Vulcănescu, G. Călinescu, Mihai Ralea.	Dezbateri	
7. Modelul cultural european în viziunea lui Constantin Noica. Dezbateri actuale privind raportul dintre identitățile naționale și identitatea europeană.	Dezbateri	

### **Bibliografie pentru seminarii**

#### *Seminar 1*

Dimitrie Cantemir, *Descrierea Moldovei*, București, Editura Minerva, 1981, cap. 17.  
Constantin Noica, *Pagini despre sufletul românesc*, București, Humanitas, 1993, pp. 46-72.

Facultativ:

Virgil Cândea, *Rațiunea dominantă. Contribuții la istoria umanismului românesc*, Cluj-Napoca, Editura Dacia, 1979

#### *Seminar 2*

Titu Maiorescu, *În contra direcției de astăzi în cultura română*, în *Opere*, vol. I, București, Editura Minerva, 1978, pp. 3-4, 145-154, 211-213.  
Mihai Eminescu, *Icoane vechi și icoane nouă*, în *Opere*, vol. X, București, Editura Academiei RSR, 1989, p.p. 17-31.

Facultativ:

Sorin Alexandrescu, „Junimea – discurs politic și discurs cultural”, în Sorin Alexandrescu, *Privind înapoi, modernitatea*, Editura Univers, București, 1999.

#### *Seminar 3*

Eugen Lovinescu, *Istoria civilizației române moderne*, București, Editura Minerva, 1997, pp. 245-355.  
Nichifor Crainic, *Ortodoxie și etnocrație*, București, Editura Albatros, 1998.

#### *Seminar 4*

Lucian Blaga, *Trilogia culturii*, în *Opere*, vol. 9, București, Editura Minerva, 1985.

#### *Seminar 5*

Mircea Eliade, *Itinerariu spiritual, Scrieri din tinerețe*, 1927, Îngrijirea ediției și note de Mircea Handoca, Humanitas, 2003.  
Emil Cioran, *Schimbarea la față a României*, București, Editura Humanitas, 1990

Facultativ:

Marta Petreu, *Un trecut deocheat sau „Schimbarea la față a României”*, Cluj-Napoca, Biblioteca Apostrof, 1999

#### Seminar 6

Mircea Vulcănescu, *Dimensiunea românească a existenței*, București, Editura Fundației Culturale Române, 1991.

G. Călinescu, *Istoria literaturii române de la origini până în prezent*, Editura Minerva, 1982, pp.974-980.

Mihai Ralea, *Fenomenul românesc*, București, Editura Albatros, 1997, pp. 51-91.

#### Seminar 7

Constantin Noica, *Modelul cultural european*, București, Editura Humanitas, 1993

Mircea Martin, *Cultura română între comunism și naționalism*, Revista 22, 17-23 septembrie, 2002.

Adrian Marino, *Pentru Europa, Integrarea României. Aspecte ideologice și culturale*, Iași, Polirom, 2005;

Sorin Alexandrescu, *Paradoxul român*, București, Editura Univers, 1998.

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

- Cursul oferă studenților informații și cunoștințe utile pentru analiza identității culturale românești în corelație cu evoluția curentelor de gândire europene, contribuind la înțelegerea problematicii referitoare la integrarea noastră europeană.
- Cursul contribuie la formarea capacității studenților de a utiliza în mod adecvat elemente simbolice din imaginarul colectiv în discursurile publicitare, precum și în discursurile politice și în promovarea imaginii organizațiilor.
- Cursul furnizează elemente necesare pentru elaborarea unor strategii adecvate de promovare a valorilor românești în mediul european și pentru reconfigurarea imaginii României în lume.
- Prin cunoștințele și abilitățile dobândite, absolvenții dispun de pregătirea adecvată pentru a utiliza metodologii care măsoară diferențele culturale, realizând analize necesare pentru companiile multinaționale, care sunt interesate să cunoască atitudinile și valorile specifice ale mediului cultural în care acționează.

### 10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	<ul style="list-style-type: none"><li>- Prezență la minimum 7 expuneri și calitatea lucrării scrise.</li><li>- Gradul de cunoaștere a temelor și capacitatea de interpretare critică a concepției unui autor</li></ul>	Verificare în timpul anului: - notă de la lucrare scrisă	<b>50 %</b>
10.5 Seminar/laborator	<ul style="list-style-type: none"><li>- Minimum 4 prezențe la seminarii, studierea bibliografiei, calitatea intervențiilor la dezbateri.</li><li>- Elaborarea unui referat pe tema</li></ul>	Verificare în timpul anului: - o notă pentru activitatea de la seminarii; - o notă pentru calitatea referatelor	50 % = (25%+25%)

	raportului dintre cultura română și cea europeană la un gânditor român		
10.6 Standard minim de performanță			
<p><b>Minimum 4 prezențe la seminarii și 7 la expuneri</b>, obținerea notei 5 pentru activitatea de la seminarii și a notei 5 la lucrarea scrisă.</p> <p><b>Restanță și reexaminare:</b> La evaluările din sesiunile de <b>restanță și reexaminare</b> se va ține cont de notele de la seminar, de la referat și de la lucrarea scrisă.</p>			

Data completării  
24.09.2020

Semnătura titularului de curs  
Prof. univ. dr. Grigore Georgiu

Semnătura titularului de seminar  
Cadru didactic asociat:  
Dr. Drăgan Nicolae-Sorin

Data avizării în cadrul departamentului  
30. 09. 2020

Semnătura șefului de departament

.....

## FIȘA DISCIPLINEI CULTURĂ ȘI COMUNICARE

### 1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Școala Națională de Studii Politice și Administrative
1.2. Facultatea	Facultatea de 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	<b>Cultură și comunicare</b>						
2.2. Titularul activităților de curs	Prof.univ.dr. Grigore Georgiu						
2.3. Titularul activităților de seminar	Lector univ. dr. Raluca Buturoiu						
2.4. Anul de studiu:	II	2.5. Semestrul	II	2.6. Tipul de evaluare	Es	2.7.Regimul disciplinei	DS, Ob.

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	<b>4</b>	din care: 3.2. curs	<b>2</b>	3.3. seminar/laborator	<b>2</b>
3.4. Total ore din planul de învățământ	<b>56</b>	din care: 3.5. curs	<b>28</b>	3.6. seminar/laborator	<b>28</b>
<b>Distribuția fondului de timp</b>					<b>Ore</b>
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					15
Tutoriat					5
Examinări					4
Alte activități: susținere de prezentări, simulări, jocuri etc.					
3.7. Total ore studiu individual					44
3.8. Total ore din planul de învățământ					56
3.9. Total ore pe semestru					100
3.10. Numărul de credite					4

### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	
4.2. de competențe	

### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	

## 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	1. Cunoaștere și înțelegere
	2. Explicare și interpretare
	3. Instrumental-aplicative
	4. Atitudinale
Competențe transversale	

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cursul oferă studenților repere teoretice și analize aplicative pentru înțelegerea universului cultural contemporan, aflat în conexiune profundă cu sistemul mediatic.</li> <li>Cursul este focalizat pe interpretările contemporane ale culturii în contextul globalizării, pe conexiunile multiple dintre cultură și comunicare, din perspectiva noilor abordări semiotice și comunicaționale.</li> <li>Pornind de la impactul sistemului mediatic asupra culturii, cursul abordează teme de interes precum: influența sistemului mediatic asupra culturii, raportul dintre societăți, mentalități și tipuri de cultură, semnificația culturii ca sursă a dezvoltării în societățile contemporane, comunicarea și dialogul intercultural, gestionarea diferențelor culturale, criza identităților în contextul globalizării.</li> </ul>
7.2. Obiective specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>Abordările de ordin conceptual sunt completate cu analiza unor fenomene și tendințe contemporane, cu scopul de a furniza studenților un ghid pentru a se orienta în universul atât de divers al manifestărilor culturale de azi.</li> <li>Cursul acordă importanță temelor care privesc specializarea în domeniul comunicării și al relațiilor publice: limbaje și simboluri în civilizația imaginii,</li> </ul>

	<p>trăsături distinctive ale culturii de masă și ale culturii media, particularități ale limbajului artistic și evoluția stilurilor, dezbateri privind violența simbolică, trăsături ale culturii postmoderne.</p> <p>Familiarizarea studenților cu fenomenul cultural contemporan, în varietatea formelor sale de expresie, și cu dezbaterile referitoare la diverse aspecte ale culturii media.</p>
--	---

## 8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Observații
1. Cultură și comunicare. Cultura ca ansamblu de limbaje simbolice. Semnificații ale culturii în lumea contemporană.	Expunere	
2. Cultură și valoare. Problematika valorilor în epoca modernă. Cultura ca sistem de valori. Valori, atitudini, comportamente.	Expunere	
3. Cultură și civilizație. Simbolic și instrumental, valori și bunuri. Distincții și interferențe. Teorii cu privire la raportul dintre cultură și civilizație.	Expunere	
4. Schimbări culturale în secolul XX. Criza valorilor. Noile paradigme ale gândirii științifice și filosofice.	Expunere	
5. Cultură și dezvoltare socială. Modernizarea ca proces cultural. Teorii cu privire la civilizația postindustrială.	Expunere	
6. .Cultură și politică. Conceptul de cultură politică. Impactul sistemului mediatic asupra culturii politice.	Expunere	
7. Abordări semiotice și comunicaționale ale culturii. Teorii cu privire la influența mijloacelor de comunicare asupra universului cultural	Expunere	
8. Cultura de masă vs cultura specializată. Tipuri de subculturi în societățile actuale. Cultura media – caracteristici și abordări critice. Industriile culturale și problema kitsch-ului.	Expunere	
9. Arta ca formă de comunicare. Imagine și simbol în artă. Particularități ale limbajului artistic.	Expunere	Utilizarea unor filme documentare
10. Procesul de receptare artistică. Problema raportului dintre artă și public, dintre valoare și accesibilitate. Educația estetică și formarea gustului artistic. Conceptele de opera deschisă și orizont de așteptare.	Expunere	Proiecții pentru a ilustra evoluția artelor plastice în epoca modernă
11. .Cultura postmodernă. Caracteristici, abordări și teorii. Multiculturalism și relativism cultural	Expunere	
12. Globalizare și cultură. Influențe, hibridări și sinteze între global și local. Religii, mentalități și diferențe culturale. Teorii privind identitățile culturale și „conflictul civilizațiilor” în contextual globalizării.	Expunere	
13. Unitate și diversitate în cultura europeană. Dimensiuni culturale ale integrării europene. Abordări privind raportul dintre identitățile naționale și identitatea europeană	Expunere	
14. Comunicarea interculturală - procese, condiții și bariere. Relația dintre „noi și ceilalți” în satul global. Dialogul intercultural și problema imaginilor identitare în era digitală	Expunere	

## Bibliografie

Adorno, Theodor, Reconsiderarea industriei culturii, în vol. *Cultură și societate: dezbateri contemporane*, (Ed.) Jeffrey C. Alexander, Steven Seidman, Iași: Editura Institutul European, 2001.

Bachmann-Medick, D. (2016). *Cultural turns: New orientations in the study of culture*. Berlin, New York: Walter de Gruyter GmbH & Co KG.

Bauman, Zygmunt *Modernitatea lichidă*, București, Editura Antet, 2000.

Blaga, Lucian, *Trilogia culturii*, în *Opere*, vol. 9, București, Editura Minerva, 1985.

Bourdieu, Pierre, *Rațiuni practice*, București, Editura Meridiane, 1999.

Călinescu, Matei, *Cinci fețe ale modernității*, Iași, Polirom, 2005.

Caune, Jean, *Cultură și comunicare*, București, Editura Cartea românească, 2000.

Connor, Steven, *Cultura postmodernă*, București, Editura Meridiane, 1999.

Eco, Umberto, *Opera deschisă*, București, Editura pentru literatură universală, 1969;

Fiske, John, Hartley, John, *Semnele televiziunii*, Iași, Institutul European, 2002.

Georgiu, Grigore, *Filosofia culturii. Cultură și comunicare*, București, Comunicare.ro, 2004.

Hepp, Andreas, *Cultures of mediatization*. Polity Press: London, New York, 2013.

Couldry, N., & Hepp, A. (2018). *The mediated construction of reality*. Polity Press: London, New York.

Hall, Stuart, Encoding/Decoding, în Meenakshi, Gigi Durham & Kellner, Douglas M. (Eds.) *Media and Cultural Studies: Keywords*, London: Blackwell, 2006.

Huntington, Samuel P., *Ciocnirea civilizațiilor și refacerea ordinii mondiale*, București, Editura Antet, 1998.

Kellner, Douglas, *Cultura media*, Iași, Institutul European, 2001.

McLuhan, Marshall, *Texte esențiale*, București, Nemira, 2006.

Thompson, John B., *Ideology and modern culture. Critical social theory in the era of mass communication*, Stanford: Stanford University Press, 1990.

Tomlinson, John, *Globalizare și cultură*, Timișoara, Editura Amarcord, 2002.

Weber, Max, *Etica protestantă și spiritul capitalismului*, București, Editura Humanitas, 1993.

#### *Bibliografie suplimentară*

Cassirer, Ernest, *Eseu despre om. O introducere în filosofia culturii umane*, București, Humanitas, 1994.

Didi-Huberman, Georges, *În fața imaginii. Întrebare despre finalitatea unei istorii a artei*. Cluj, Editura Tact, 2019.

Hall, Edward T., *Beyond culture*, Anchor Press/Doubleday Garden City, New-York, 1981

Heath, Joseph, Potter, Andrew, *Mitul contraculturii: rebelii, consumul și capitalismul*, București: Comunicare.ro, 2009.

Lipovetsky, Gilles, Serroy, Jean, *Ecranul global. Cultură, mass-media și cinema în epoca hipermodernă*, Iași, Polirom, 2008.

Lotman, Iuri, *Studii de tipologia culturii*, București, Editura Univers, 1974.

Liotard, Jean-Francois, *Condiția postmodernă*, București, Editura Științifică, 1989.

Malîța, Mircea, *Zece mii de culturi, o singură civilizație*, București, Editura Nemira, 2003.

Radu, Cezar, *Artă și convenție*, București, Editura Științifică și Enciclopedică, 1989.

Moles, Abraham, *Psihologia kitsch-ului*, Editura Meridiane, 1980.

Sartori, Giovanni, *Homo videns. Imbecilizarea prin televiziune și post-gândirea*, București, Humanitas, 2005. .

Smith, Anthony D, *Naționalism și modernism*, Chișinău, Editura Epigraf, 2002.

Vattimo, Gianni, *Sfârșitul modernității*, Constanța, Editura Pontica, 1993.

<b>8.2. Seminar/laborator</b>	<b>Metode de predare</b>	<b>Observații</b>
1. Sensuri ale conceptului de cultură în lumea contemporană. Cultura, circulația formelor simbolice și puterea.	Dezbateri	
2. Impactul cultural al media: media ca extensii / proteze	Dezbateri	
3. De la mediere la mediatizare. Reconfigurări ale relației media-societate & reconfigurări ale sferei publice	Dezbateri	
4. Diversități și ierarhii culturale. Cultura de masă, <i>popular culture</i> , industrii culturale: suporteri și critici	Dezbateri	
5. Comunicarea artistică: particularități ale limbajului artistic. Relația dintre artă și public	Dezbateri	Aplicații practice, vizite la muzee, participări la



		evenimente culturale
6. Cultura postmodernă. Caracteristici, abordări, teorii. Dezbateri privind multiculturalismul și relativismului cultural.	Dezbateri	
7. Identități și diferențe culturale: raportul dintre global și local	Dezbateri	

### **Bibliografie:**

#### **Seminarul 1**

Bourdieu, Pierre (2001[1990]) „Gust artistic și capital cultural” în Jeffrey C. Alexander, Steven Seidman (Eds.): *Cultură și societate. Dezbateri contemporane*, Iași: Institutul European.

Thompson, John B., (1990), *Ideology and modern culture. Critical social theory in the era of mass communication*, Stanford: Stanford University Press, Cap. 3.

#### **Seminarul 2**

McLuhan, M. (1995[2006]) *Texte Esențiale* (Eds.): Eric McLuhan, Frank Zingrone, București: Nemira, pp. 216-278, 335-393, 555-578 (Selecții din „Înțelegerea mijloacelor”, „Interviul din Playboy”, „Legile mass-media”).

Schulz, Winfried (2004) Reconstructing mediatization as an analytical concept, în *European Journal of Communication* 19: 87-101

#### *Bibliografie suplimentară:*

Crowley, David (2013) Mediation theory în Peter J. Schulz, Paul Coble, (Eds.) *Theories and models of communication*, Berlin, Boston: De Gruyter Mouton.

Landsberg, Alison (2004), *Prosthetic memory. The transformation of American remembrance in the age of mass culture*, New York: Columbia University Press, Cap. 1, Cap. 4.

Berger, James (2007) Which prosthetic? Mass media, narrative, empathy and progressive politics, *Rethinking History* 11(4), pp. 597-612.

Erll, Astrid, Rigney, Ann (2009), Introduction: Cultural memory and its dynamics în Astrid Erll, Ann Rigney (Eds.) *Mediation, remediation and the dynamics of cultural memory*, Berlin, New York: Walter de Gruyter.

Bolter, Jay David, Grusin, Richard (2000), *Remediation. Understanding new media*, MIT Press, Secțiunea I (Theory).

Jenkins, Henry (2006) *Convergence culture. Where old and new media collide*, New York, London: New York University Press (Introduction).

#### **Seminarul 3**

Thompson, John B., (f.a): *Media și modernitatea: o teorie socială a mass-media*, București: Antet, Cap. 3.

Hepp, Andreas, (2013) *Cultures of mediatization*. Polity Press: London, New York; Cap. 3 și 4.

#### *Bibliografie suplimentară:*

Livingstone, Sonia (2009) On the mediation of everything, în *Journal of Communication* 59(1): 1-18.

Hjarvard, Stig (2013), *The mediatization of culture and society*, Oxon, New York: Routledge, Cap. 1-2.

Couldry, Nick (2008) Mediatization or mediation? Alternative understandings of the emergent space of digital storytelling, *New Media & Society* 10(3): 373-391.

Krotz, Friedrich (2007) The meta-process of mediatization as a conceptual frame, *Global Media and Communication* 3(3): 256-260

Madianou, Mirca, Miller, Daniel (2013) Polymedia: Towards a new theory of digital media in interpersonal communication, *International Journal of Cultural Studies* 16(2): 169-187.

#### **Seminarul 4.**

Adorno, Theodor (2001) Reconsiderarea industriei culturii, în vol. *Cultură și societate: dezbateri contemporane*, (Ed.) Jeffrey C. Alexander, Steven Seidman, Iași: Editura Institutul European, 2001.

x x x The schema of mass culture, în vol *The Culture Industry* (1996), London, New York: Routledge (disponibil electronic – în traducere).

Shusterman, Richard (2004) *Estetica pragmatistă: arta în stare vie*, Iași: Editura Institutului European, Cap. 3 și 4.

#### *Bibliografie suplimentară:*

Heath, Joseph, Potter, Andrew, (2001[2009]): *Mitul contraculturii: rebelii, consumul și capitalismul*, București: Comunicare.ro, Cap. 1, Cap 4, Cap. 7.

Hermes, Joke (2005) *Re-reading popular culture*, Malden, Oxford: Blackwell, Introducerea (pp. 1-20)

Hall, Stuart, (2006) Encoding/Decoding, în Meenakshi, Gigi Durham & Kellner, Douglas M. (Eds.) *Media and Cultural Studies: Keywords*, London: Blackwell.

Schroder, Kim Christian (2013) Socio-cultural models of communication în Peter J. Schulz, Paul Copley (Eds.) *Theories and models of communication*, Berlin, Boston: De Gruyter Mouton.

#### **Seminarul 5.**

Marcus, Solomon (1970) *Poetica matematică*, București: Editura Academiei, pp. 30-54.

Mașek, Victor, E. (1986), *Arta de a fi spectator*, București: Meridiane.

Moles, Abraham, (1980) *Psihologia kitsch-ului*, București : Meridiane.

#### *Bibliografie suplimentară:*

Bachmann-Medick, D. (2016). *Cultural turns: New orientations in the study of culture*. Walter de Gruyter GmbH & Co KG., cap. 7: *The Visual / Iconic Turn*. (pp. 245 – 277).

McGuigan, Jim (2005) The cultural public sphere, în *European Journal of Cultural Studies* 8(4): 427-443.

Hartley J., Green J. (2006) The public sphere on the beach, *European Journal of Cultural Studies* 9(3): 341-362.

#### **Seminarul 6.**

Matei Călinescu (2005), *Cinci fețe ale modernității. Modernism, avangardă, decadență, kitsch, postmodernism*, Ediția a II-a, revăzută și adăugită, Iași, Polirom.

Bauman, Zygmunt (2000), *Modernitatea lichidă*, București, Editura Antet.

#### *Bibliografie suplimentară:*

Lipovetsky, Gilles, Serroy, Jean, (2008), *Ecranul global. Cultură, mass-media și cinema în epoca hipermodernă*, Iași, Polirom.

Kellner, Douglas (1995) *Cultural studies, identity and politics between the modern and the postmodern*, London, New York: Routledge.

#### **Seminarul 7**

Tomlinson, John (2002), *Globalizare și cultură*, Timișoara, Editura Amarcord.

Lewis, Richard D. (2005), *Să cunoștem mai bine popoarele lumii*, București, Editura Niculescu, pp. 14-140.

#### *Bibliografie suplimentară:*

Hall, Edward T., *Beyond culture*, Anchor Press/Doubleday Garden City, New-York, 1981

Ritzer, George (2010), *Globalizarea nimicului. Cultura consumului și paradoxurile abundenței*, București, Humanitas.

Thompson, John B., (f.a): *Media și modernitatea: o teorie socială a mass-media*, București: Antet, Cap. 6-7.

Scruton, Roger (2004), *Vestul și restul. Globalizarea și amenințarea teroristă*, București, Humanitas.

Fornäs, Johan, Xinaris, Charis (2013) Mediated identity formation. Current trends in research and society, *Javnost-The Public* 20(2): 11-26

Bolter, Jay David, Grusin, Richard (2000) *Remediation. Understanding new media*, MIT Press, Secțiunea III (Self)

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

- Cursul oferă studenților repere teoretice și analize aplicative pentru înțelegerea universului cultural contemporan, aflat în conexiune profundă cu sistemul mediatic.
- Prin temele referitoare la influența sistemului mediatic asupra culturii, la industriile culturale și la cultura media, cursul contribuie la specializarea studenților în domeniul comunicării de masă și la formarea capacității lor de analiză și interpretare critică a produselor și a practicilor culturale contemporane.
- Absolvenții dobândesc competențe și abilități care îi ajută să analizeze diferențele culturale dintre societăți, națiuni și organizații, realizând cercetări utile pentru firmele multinaționale, care sunt interesate să cunoască trăsăturile specifice ale mediului cultural în care acționează.
- Cursul contribuie la formarea capacității studenților de a participa la gestionarea unor crize de comunicare și de imagine din viața organizațiilor, adecvând strategiile de comunicare la datele

contextului cultural și la orizontul de așteptare al grupurilor sociale implicate.

- Cunoașterea diferențelor culturale și formarea competenței de comunicare interculturală sunt condiții necesare pentru inserția socială a studenților pe o piață globală a muncii, în schimbare rapidă.
- Cursul facilitează asimilarea metodologiilor specifice pentru studierea interdisciplinară a fenomenului cultural contemporan și pentru elaborarea unor strategii eficiente de promovare a valorilor culturale românești în spațiul european.

#### 10. Evaluare

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
Curs /Examen	Cunoștințe acumulate pe parcursul semestrului.	Test final: <b>Examen scris</b>	40 %
Seminar	Gradul de implicare în activitatea de seminar.	Notare prezență, notare contribuții, teste intermediare	30 %
	Abilitatea de a aplica cunoștințele acumulate în cadrul cursurilor.	Realizare, în echipă a unor planuri pentru un proiect la alegere	30 %

#### 10.4 Standard minim de performanță:

- Promovarea seminarului este condiție de intrare în examenul scris.
- Prezență obligatorie la **minim 3 seminarii și 7 cursuri**, cu realizarea sarcinilor aferente.
- Obținerea notei 5 pentru activitatea de la seminarii (inclusiv pentru participarea la un proiect în echipă) și a notei 5 la examenul scris.
- La evaluarile din sesiunile de **restanță și reexaminare** se va ține cont de nota de la seminar și de la nota de la lucrarea scrisă.

**Data completării:**

24.09.2020

**Semnătura titularului de curs    Semnătura titularului de seminar**

**Grigore Georgiu**

Data avizării în departament:

30.09.2020

Semnătura directorului de departament:

\_\_\_\_\_

## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Școala Națională de Studii Politice și Administrative
1.2. Facultatea	Facultatea de 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	Discurs informațional în radio și tv						
2.2. Titularul activităților de curs	Mihaela Rusu						
2.3. Titularul activităților de seminar	Mihaela Rusu						
2.4. Anul de studiu:	III	2.5. Semestrul	VI	2.6. Tipul de evaluare	E	2.7. Regimul disciplinei	DS, Obl.

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar/laborator	1
3.4. Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5. curs	28	3.6. seminar/laborator	14
<b>Distribuția fondului de timp</b>					<b>Ore</b>
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					18
Tutoriat					
Examinări					10
Alte activități					10
3.7. Total ore studiu individual					58
3.8. Total ore din planul de învățământ					42
3.9. Total ore pe semestru					100
3.10. Numărul de credite					4

### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Absolvirea cursului de Discurs informațional în radio și tv (anul III)
4.2. de competențe	<ul style="list-style-type: none"> <li>Competențe teoretice generale privind discursul și cunoașterea comunicării în radio și tv</li> </ul>

### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Sală de curs cu videoproiector
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	Sală de seminar/cu videoproiector / laborator audio -video

### 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>1. Cunoaștere și înțelegere (cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Înțelegerea și cunoașterea teoriilor referitoare la stilul jurnalistic, genurile presei audio-video, tehnici de redactare, tehnici de exprimare</li> </ul>
-------------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Însușirea noțiunilor de bază legate de realizarea unei emisiuni: public țintă, formate emisiuni, tipologia emisiunilor, etape în realizarea unei emisiuni, echipa care realizează o emisiune radio și tv, realizarea unui proiect de emisiune</li> <li>• Cunoașterea comunicării mediatice.</li> </ul>
	<p>2. Explicare și interpretare (explicarea și interpretarea unor idei, proiecte, procese, precum și a conținuturilor teoretice și practice ale disciplinei)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitatea de a redacta și edita o știre;</li> <li>• Capacitatea de a realiza o emisiune radio și tv;</li> <li>• Capacitatea de a putea construi un interviu – linii de conduită.</li> <li>• Capacitatea de înțelegerea a comunicării mediatice. Ce vrea publicul. Ce are nevoie publicul</li> </ul>
	<p>3. Instrumental- aplicative (proiectarea, conducerea și evaluarea activităților practice specifice: utilizarea unor metode, tehnici și instrumente de investigare și de aplicare)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Analiza unor formate mediatice actuale;</li> <li>• Construirea unor instrumente de analiză valide din punct de vedere științific, specifice analizei diferitelor tipuri de formate mediatice.</li> </ul>
	<p>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).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Manifestarea unei atitudini pozitive și responsabile față de domeniul comunicării mediatice;</li> <li>• Motivarea studenților în vederea implicării efective în dezvoltarea ca specialiști în domeniul media;</li> <li>• Facilitarea legăturilor între studenți și diferite structuri mediatice în vederea efectuării unor stagii de practică în instituții de profil.</li> <li>• 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.</li> </ul>
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitatea de analiză și sinteză, capacitatea de interpretare</li> </ul>

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formarea cunoștințelor referitoare la rolul media în societatea contemporană, modul în care comunicarea mediatică ajunge la public, relația dintre mass media și opinia publică</li> </ul>
7.2. Obiective specifice	<p>La sfârșitul cursului, studentul trebuie să fie capabil să:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Să stăpânească arta comunicării mediatice;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Să aibă capacitatea de a face diferența între audio-vizual și presa scrisă;</li> <li>• Să aibă capacitatea de a se exprima astfel încât să comunice eficient, utilizând metode și tehnici învățate;</li> <li>• Să aplice cunoștințele dobândite prin studiul metodelor și tehnicilor pentru o comunicare eficientă, astfel încât să poată stăpâni arta interviului.</li> </ul>
--	---

## 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	
<p><b>Bibliografie</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Coman, M. (2001). Manuel de jurnalism. Tehnici fundamentale de redactare, vol 1, Iași, Polirom</li> <li>• Coman, M. (2001). Manuel de jurnalism. Tehnici fundamentale de redactare, vol 2, Iași, Polirom</li> <li>• Gross, P., (1999), Colosul cu picioare de lut. Aspecte ale presei românești post-comuniste. Iași: Polirom.</li> <li>• Grosu, C., Avram, L., (2004). Jurnalismul de investigație, Iași: Polirom</li> <li>• Lull, J., (1999). Mass- media, Comunicare, Cultură, Manipulare prin informație, (trad. Columbeanu M.), Oradea: Imprimeria de Vest.</li> </ul>		

- 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	
<b>1. Seminar introductiv</b> (prezentarea planului seminarului și a modalității de evaluare).	- prezentare generală, syllabus, discuții	
<b>2. Să te exprimi în așa fel încât să comunici eficient:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Alegerea vocabularului</li> <li>- Construcția corectă a frazelor</li> <li>- Exactitatea formelor gramaticale</li> <li>- Calitățile stilului</li> </ul>	- analiza critică a unor texte fundamentale din domeniu - dezbateri pe tematica aferentă fiecărui seminar - lucru aplicat cu studenții în echipe	
<b>3.</b> Stilul radiofonic se manifestă optim în: <ul style="list-style-type: none"> <li>- știri,</li> <li>- interviuri,</li> <li>- talk-show-uri,</li> <li>- reportaje,</li> <li>- anchete,</li> <li>- relatări,</li> <li>- comentarii,</li> <li>- portrete,</li> <li>- sinteze.</li> </ul>	- analiza critică a unor texte fundamentale din domeniu - dezbateri pe tematica aferentă fiecărui seminar - lucru aplicat cu studenții în echipe	
<b>4. Stilul de televiziune se ilustrează în:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- emisiuni de știri,</li> <li>- magazin-sinteză,</li> <li>- interviu- talk-show,</li> <li>- reportaje-anchetă,</li> <li>- transmisii de la fața locului la diverse evenimente</li> </ul>	- dezbateri film - identificarea și analiza conceptelor - lucru aplicat cu studenții	
<b>5. Dicție și atitudine</b>	- analiza critică a unor texte fundamentale din domeniu - dezbateri pe tematica aferentă fiecărui seminar	

	- lucru aplicat cu studenții în echipe	
<b>6. Greșeli specifice radioului</b>  - Gest - Intonație - Atitudini - Discurs	- analiza critică a unor înregistrări fundamentale din domeniu - dezbateri pe tematica aferentă fiecărui seminar - lucru aplicat cu studenții în echipe	
<b>7. Greșeli specifice în televiziune.</b>  - Gest - Intonație - Atitudini - Discurs	- analiza critică a unor fragmente din emisiuni - dezbateri pe tematica aferentă tuturor seminariilor	

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

<ul style="list-style-type: none"> <li>Cursul oferă o pregătire teoretică generală (cultură generală) pentru orice practician din domeniul comunicării</li> </ul>
---

**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. 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 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:

24.09.2020

Semnătura titularului de curs

Mihaela Rusu

\_\_\_\_\_

Semnătura titularului de seminar

Mihaela Rusu

Data avizării în departament:

30.09.2020

Semnătura directorului de departament:

\_\_\_\_\_



**FIȘA DISCIPLINEI**  
**Dreptul comunicării**

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Școala Națională de Studii Politice și Administrative
1.2. Facultatea	Comunicare și Relații Publice
1.3. Departamentul	Comunicare
1.4. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5. Ciclul de studii	Studii universitare de licență
1.6. Programul de studii/Calificarea	Comunicare și Relații Publice

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	<b>Dreptul comunicării</b>						
2.2. Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Dabu Valerică						
2.3. Titularul activităților de seminar	Asist. dr. Gavra Diana						
2.4. Anul de studiu:	III	2.5. Semestrul	II	2.6. Tipul de evaluare	Es	2.7. Regimul disciplinei	DC, Opt.

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	5	din care: .... curs	2	3.3. seminar/laborator	3
3.4. Total ore din planul de învățământ	70	din care: .....curs	28	3.6. seminar/laborator	42
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					10
Pregătire seminarii/laboratoare, teme referate, portofolii și eseuri					30
Tutoriat					10
Examinări					
Alte activități....					
3.7. Total ore studiu individual					80
3.8. Total ore din planul de învățământ					70
3.9. Total ore pe semestru					150
3.10. Numărul de credite					6

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Nicio disciplină nu este obligatorie
4.2. de competențe	Cursul este destinat studenților din anul 3, specializarea Publicitate și specializarea Comunicare și Relații Publice

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Sala de curs cu videoproiector
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	Sală de seminar potrivită lucrului în echipă

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>1. Cunoaștere și înțelegere (<i>cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Poate folosi corect și prevede implicațiile conceptelor de: drept, libertate, obligație, dreptul comunicării, principiile comunicării sociale, comunicării audio-vizuale, comunicării scrise, dreptul la replică, dreptul la rectificare, dreptul la răspuns, dreptul de autor, dreptul la exclusivitate, protecția demnității în comunicare, insulta, calomnia, regim juridic al publicității, persoană fizică, persoană juridică, media,</li> </ul>
-------------------------	--

	<p>autoritate publică și societate, în mod deosebit a drepturilor și obligațiilor acestora indispensabile unei comunicări sociale, corecte, eficiente, legale, operative și responsabile.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Poate distinge din punct de vedere juridic conceptele de: responsabilitate, responsabilizare și răspunderea civilă, administrativă și penală a subiecților comunicării sociale, trăsăturile, și modul de folosire a acestora, formele publicității (legale, înșelătoare, mascate, comparative, subliminale,..) și efectele juridice ale acestora.</li> <li>• Poate folosi în mod critic cunoștințele însușite;</li> <li>• Poate sesiza procesele și activitățile sociale care sunt pozitive sau negative din punct de vedere juridic;</li> <li>• Poate identifica problemele de comunicare socială specifice unei organizații sau instituții sociale din punct de vedere juridic;</li> <li>• Poate distinge în comunicarea audiovizuală, scrisă, și cea individuală a aspectelor juridice și de deontologie din punct de vedere al respectării sau încălcării legii și normelor deontologice;</li> <li>• Cunoaște și înțelege mecanismele de optimizare a comunicării sociale;</li> </ul>
	<p>2. Explicare și interpretare (<i>explicarea și interpretarea unor idei, proiecte, procese, precum și a conținuturilor teoretice și practice ale disciplinei</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Poate realiza analize ale realității comunicării sociale folosind Constituția, Convenția Europeană a Drepturilor Omului, Carta Drepturilor Fundamentale a Uniunii Europene, legile interne, Deciziile Consiliului Național al Audiovizualului.</li> <li>• Poate aprecia, critica, formula propunerii de modificare, perfecționare a legislației și altor norme în domeniul comunicării sociale cu implicații în social, economic și politic.</li> <li>• Poate identifica principalele disfuncționalități în funcționarea instituțiilor sociale în domeniul comunicării;</li> <li>• Rezolvarea în mod realist - cu argumentare atât teoretică, cât și practică - a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora.</li> </ul>
	<p>3. Instrumental- aplicative (proiectarea, conducerea și evaluarea activităților practice <i>specifice: utilizarea unor metode, tehnici și instrumente de investigare și de aplicare</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Poate utiliza metodele și tehnicile de investigare, documentare, identificare a legii aplicabile, interpretare și aplicare a legii, de identificare a lacunelor legi, a comportamentelor interzise, permise, obligatorii de respectat și în mod deosebit a celor neinterzise, în comunicarea socială;</li> <li>• Face distincția între adevăr ca reflectare a realității, adevărul științific, adevărul judiciar, „adevărul” limitat de mistificare, necunoaștere, reflectare eronată, minciună, manipulare, dezinformare, minciuna prin omisiune etc. metodele și tehnicile de cercetare științifică și cunoașterea comună sau abordarea jurnalistică, publicitară;</li> <li>• Poate elabora, în temeiul cunoștințelor asimilate, modele juridice de cercetare, sancționare, sau protecție după caz, a actelor și faptelor din comunicarea socială;</li> <li>• Poate realiza studii de caz cu privire la spețe juridice, spețe din activitatea Consiliului Național al Audiovizualului, Consiliul Român pentru Publicitate, în mod critic al activității fiecărui justițiabil, instanța de judecată și respectiv autoritatea jurisdicțională;</li> </ul>

	<p>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).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Însușirea dispozițiilor legale în materia comunicării sociale, a codurilor deontologice, a valorilor sociale apărute sau neapărute încă prin acestea al cercetării sociologice.</li> <li>• Însușirea neutralității specifice cercetătorului descoperirea adevăratei cauze a actului, faptei, fenomenului cercetat, cui folosește, cine pierde, de ce, cum ar trebui să fie, de ce, ce principii , legi se aplică etc.</li> <li>• Insuflarea atitudinii nediscriminatorii și detașate în relație cu obiectul cercetării.</li> <li>• Identificarea și utilizarea elementelor specifice de deontologie și de responsabilitate socială</li> </ul>
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sunt analizate critic cercetări utile pentru înțelegerea generală a cunoașterii științifice în domeniul comunicării;</li> <li>• Sunt discutate cercetări exemplare utile pentru dezvoltarea înțelegerii comportamentelor umane;</li> <li>• Sunt discutate aspecte deontologice care au valoarea generală pentru domeniul comunicării și publicității;</li> </ul>

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> <li>- transmiterea cunoștințelor despre principalele noțiuni și concepții juridice, reglementare, dereglementare, reglementare excesivă;</li> <li>- formarea aparatului conceptual specific dreptului comunicării sociale;</li> <li>- studiul principalelor interdependențe, determinări, influențe între dreptul comunicării sociale, și evoluția socialului, economicului și politicului.</li> <li>- Însușirea principalelor reglementări juridice și deontologice interne și internaționale ale dreptului comunicării sociale, prin prisma subiectelor persoană fizică, persoană juridică, media, autoritate publică și societate, în mod deosebit cele referitoare la drepturile, libertățile și obligațiile acestora, indispensabile unei comunicări sociale, corecte, eficiente, legale, operative și responsabile.</li> <li>- Pregătirea studenților să comunice în orice calitate, în mediul social, în deplină cunoștință de cauză, a respectării și realizării drepturilor, libertăților și obligațiilor ce le au ei, interlocutorii și terții.</li> <li>- Cursul promovează gândirea critică și convergentă, gândirea autocritică și divergentă, disponibilitate pentru dialog, interesul pentru interogația reflexivă, rigurozitate de gândire, disponibilitate de acțiune în societate descoperirea și combaterea manipulării prin comunicare sociale;</li> </ul>
7.2. Obiective specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>- familiarizarea studenților cu limbajul juridic, deprinderea folosirii acestuia în domeniul legislativ, executiv, politic și judiciar; interpretarea logică, istorică, sistematică, cauzală, a legii, normelor juridice și deontologice pentru a descoperii voința și scopul emitentului,;</li> <li>- însușirea mijloacelor și metodelor de prevenire și combatere a actelor și faptelor penale, administrative și civile care afectează sau pot afecta comunicarea, drepturile și libertățile ce se realizează în cadrul acesteia; proceduri judiciare interne și europene.</li> <li>- folosirea corectă și prevederea implicațiile conceptelor de: drept, libertate, obligație, dreptul comunicării, principiile comunicării sociale, comunicării audio-vizuale, comunicării scrise, dreptul la replică, dreptul la rectificare, dreptul la răspuns, dreptul de autor, dreptul la exclusivitate, protecția demnității în comunicare, insulta, calomnia, regim juridic al publicității, persoană fizică, persoană juridică, media, autoritate publică și societate, în mod deosebit a</li> </ul>

	<p>drepturilor și obligațiilor acestora în vederea realizării unei comunicări sociale, corecte, eficiente, legale, operative și responsabile.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- pregătirea studenților pentru a cunoaște și înțelege realitatea socială, reglementările juridice; depistarea reglementărilor excesive, dereglementări sau nereglementări în raport cu cerințele unei societăți democratice;</li> <li>- realizarea unor conexiuni între cunoștințele, deprinderile și abilitățile dobândite prin studiul dreptului comunicării sociale și aplicabilitatea lor în soluționarea și evaluarea unor situații sociale din domeniul comunicării și relațiilor publice.</li> </ul>
--	---

## 8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Observații
<p>1. Dreptul comunicării. Noțiuni. Obiect. Metode. Izvoarele dreptului comunicării sociale. Uzul și abuzul de drept. Raportul juridic de informare.</p>	<p>Cu 7 zile înainte de data cursului, se va difuza tuturor studenților pe platforma Classroom tema precum și un test cu 7 întrebări și 35 de răspunsuri posibil adevărate. Studentul va studia tema primită și va rezolva testul. La tema respectivă fiecare student va concepe și un test grilă de 3 întrebări cu câte 5 variante de răspuns, pe care îl va rezolva. Ambele teste rezolvate de toți studenți se trimit profesorului în așa fel încât profesorului să-i rămână 2 zile pentru corectare, analizare și stabilirea pe ce trebuie să insiste la predarea cursului. Prezentarea orală a conținutului cursului în fața studenților se va efectua pe Classroom Meet și va începe cu analiza testelor, greșeli frecvente, ce nu s-a înțeles, de ce, evidențiind și răspunsurile cele mai bune, complete. Notele de la ambele teste se vor înregistra pe platforma Classroom, și vor fi avute în vedere la nota finală.</p>	<p>Videoproiector necesar</p>
<p>2. Informația. Informația publică și informația privată. Activitate publică și activitate privată. Demnitate publică, funcție publică și funcție privată. Interes public și interes privat. Interes legitim și interes nelegitim.</p>	<p>Cu 7 zile înainte de data cursului, se va difuza tuturor studenților pe platforma Classroom tema precum și un test cu 7 întrebări și 35 de răspunsuri posibil adevărate. Studentul va studia tema primită și va rezolva testul. La tema respectivă fiecare student va concepe și un test grilă de 3 întrebări cu câte 5 variante de răspuns, pe care îl va rezolva. Ambele teste rezolvate de toți studenți se trimit profesorului în așa fel încât profesorului să-i rămână 2 zile pentru corectare, analizare și stabilirea pe ce trebuie să insiste la predarea cursului. Prezentarea orală a conținutului cursului în fața studenților se va efectua pe Classroom Meet și va începe cu analiza testelor, greșeli frecvente, ce nu s-a înțeles, de</p>	<p>Videoproiector necesar</p>

	<p>ce, evidențiind și răspunsurile cele mai bune, complete. Notele de la ambele teste se vor înregistra pe platforma Classroom, și vor fi avute în vedere la nota finală.</p>	
<p>3. Drepturile și libertățile individului: dreptul de acces la orice informație de interes public; libertatea gândirii, opiniilor, credinței; libertatea de exprimare; dreptul la propria imagine.</p>	<p>Cu 7 zile înainte de data cursului, se va difuza tuturor studenților pe platforma Classroom tema precum și un test cu 7 întrebări și 35 de răspunsuri posibil adevărate. Studentul va studia tema primită și va rezolva testul. La tema respectivă fiecare student va concepe și un test grilă de 3 întrebări cu câte 5 variante de răspuns, pe care îl va rezolva. Ambele teste rezolvate de toți studenți se trimit profesorului în așa fel încât profesorului să-i rămână 2 zile pentru corectare, analizare și stabilirea pe ce trebuie să insiste la predarea cursului. Prezentarea orală a conținutului cursului în fața studenților se va efectua pe Classroom Meet și va începe cu analiza testelor, greșeli frecvente, ce nu s-a înțeles, de ce, evidențiind și răspunsurile cele mai bune, complete. Notele de la ambele teste se vor înregistra pe platforma Classroom, și vor fi avute în vedere la nota finală.</p>	<p>Videoproiector necesar</p>
<p>4. Drepturile individului: dreptul la viața intimă, familială și privată; secretul corespondenței; dreptul la libera circulație.</p>	<p>Cu 7 zile înainte de data cursului, se va difuza tuturor studenților pe platforma Classroom tema precum și un test cu 7 întrebări și 35 de răspunsuri posibil adevărate. Studentul va studia tema primită și va rezolva testul. La tema respectivă fiecare student va concepe și un test grilă de 3 întrebări cu câte 5 variante de răspuns, pe care îl va rezolva. Ambele teste rezolvate de toți studenți se trimit profesorului în așa fel încât profesorului să-i rămână 2 zile pentru corectare, analizare și stabilirea pe ce trebuie să insiste la predarea cursului. Prezentarea orală a conținutului cursului în fața studenților se va efectua pe Classroom Meet și va începe cu analiza testelor, greșeli frecvente, ce nu s-a înțeles, de ce, evidențiind și răspunsurile cele mai bune, complete. Notele de la ambele teste se vor înregistra pe platforma Classroom, și vor fi avute în vedere la nota finală.</p>	<p>Videoproiector necesar</p>

<p>5. Drepturile individului: accesul la sursele de informare; dreptul la o informare corectă; dreptul la replică; dreptul la rectificare și dreptul la dezmințire; dreptul la despăgubiri; dreptul la acțiune în sens penal; dreptul la acțiunea civilă sau comercială;</p>	<p>Cu 7 zile înainte de data cursului, se va difuza tuturor studenților pe platforma Classroom tema precum și un test cu 7 întrebări și 35 de răspunsuri posibil adevărate. Studentul va studia tema primită și va rezolva testul. La tema respectivă fiecare student va concepe și un test grilă de 3 întrebări cu câte 5 variante de răspuns, pe care îl va rezolva. Ambele teste rezolvate de toți studenți se trimit profesorului în așa fel încât profesorului să-i rămână 2 zile pentru corectare, analizare și stabilirea pe ce trebuie să insiste la predarea cursului. Prezentarea orală a conținutului cursului în fața studenților se va efectua pe Classroom Meet și va începe cu analiza testelor, greșeli frecvente, ce nu s-a înțeles, de ce, evidențiind și răspunsurile cele mai bune, complete. Notele de la ambele teste se vor înregistra pe platforma Classroom, și vor fi avute în vedere la nota finală.</p>	<p>Videoproiector necesar</p>
<p>6. Drepturile și obligațiile agenților media în comunicare: dreptul de acces la orice informație de interes public; libertatea de opinie și libertatea de exprimare; dreptul de a informa; dreptul de a publica.</p>	<p>Cu 7 zile înainte de data cursului, se va difuza tuturor studenților pe platforma Classroom tema precum și un test cu 7 întrebări și 35 de răspunsuri posibil adevărate. Studentul va studia tema primită și va rezolva testul. La tema respectivă fiecare student va concepe și un test grilă de 3 întrebări cu câte 5 variante de răspuns, pe care îl va rezolva. Ambele teste rezolvate de toți studenți se trimit profesorului în așa fel încât profesorului să-i rămână 2 zile pentru corectare, analizare și stabilirea pe ce trebuie să insiste la predarea cursului. Prezentarea orală a conținutului cursului în fața studenților se va efectua pe Classroom Meet și va începe cu analiza testelor, greșeli frecvente, ce nu s-a înțeles, de ce, evidențiind și răspunsurile cele mai bune, complete. Notele de la ambele teste se vor înregistra pe platforma Classroom, și vor fi avute în vedere la nota finală.</p>	<p>Videoproiector necesar</p>
<p>7. Drepturile și obligațiile agenților media în comunicare: dreptul de a întreba și primi răspuns; principiul secretului profesional; limitele libertății de exprimare; libertatea presei și limitele acesteia.</p>	<p>Cu 7 zile înainte de data cursului, se va difuza tuturor studenților pe platforma Classroom tema precum și un test cu 7 întrebări și 35 de răspunsuri posibil adevărate.</p>	<p>Videoproiector necesar</p>

	<p>Studentul va studia tema primită și va rezolva testul. La tema respectivă fiecare student va concepe și un test grilă de 3 întrebări cu câte 5 variante de răspuns, pe care îl va rezolva. Ambele teste rezolvate de toți studenți se trimit profesorului în așa fel încât profesorului să-i rămână 2 zile pentru corectare, analizare și stabilirea pe ce trebuie să insiste la predarea cursului. Prezentarea orală a conținutului cursului în fața studenților se va efectua pe Classroom Meet și va începe cu analiza testelor, greșeli frecvente, ce nu s-a înțeles, de ce, evidențiind și răspunsurile cele mai bune, complete. Notele de la ambele teste se vor înregistra pe platforma Classroom, și vor fi avute în vedere la nota finală.</p>	
<p>8. Drepturile și obligațiile autorităților publice în domeniul comunicării: obligația de a face publică orice informație de interes public; Secretul de stat și secretul profesional. Răspunderea civilă, administrativă și penală a demnitarului și funcționarului public.</p>	<p>Cu 7 zile înainte de data cursului, se va difuza tuturor studenților pe platforma Classroom tema precum și un test cu 7 întrebări și 35 de răspunsuri posibil adevărate. Studentul va studia tema primită și va rezolva testul. La tema respectivă fiecare student va concepe și un test grilă de 3 întrebări cu câte 5 variante de răspuns, pe care îl va rezolva. Ambele teste rezolvate de toți studenți se trimit profesorului în așa fel încât profesorului să-i rămână 2 zile pentru corectare, analizare și stabilirea pe ce trebuie să insiste la predarea cursului. Prezentarea orală a conținutului cursului în fața studenților se va efectua pe Classroom Meet și va începe cu analiza testelor, greșeli frecvente, ce nu s-a înțeles, de ce, evidențiind și răspunsurile cele mai bune, complete. Notele de la ambele teste se vor înregistra pe platforma Classroom, și vor fi avute în vedere la nota finală.</p>	<p>Videoproiector necesar</p>
<p>9. Regimul juridic al publicității Aspecte juridice ale comunicării în afaceri prin publicitate. Publicitate înșelătoare. Publicitate mascată. Publicitate comparativă. Publicitate subliminală</p>	<p>Cu 7 zile înainte de data cursului, se va difuza tuturor studenților pe platforma Classroom tema precum și un test cu 7 întrebări și 35 de răspunsuri posibil adevărate. Studentul va studia tema primită și va rezolva testul. La tema respectivă fiecare student va concepe și un test grilă de 3 întrebări cu câte 5 variante de răspuns, pe care îl va rezolva.</p>	<p>Videoproiector necesar</p>

	<p>Ambele teste rezolvate de toți studenți se trimit profesorului în așa fel încât profesorului să-i rămână 2 zile pentru corectare, analizare și stabilirea pe ce trebuie să insiste la predarea cursului. Prezentarea orală a conținutului cursului în fața studenților se va efectua pe Classroom Meet și va începe cu analiza testelor, greșeli frecvente, ce nu s-a înțeles, de ce, evidențiind și răspunsurile cele mai bune, complete. Notele de la ambele teste se vor înregistra pe platforma Classroom, și vor fi avute în vedere la nota finală.</p>	
<p>10. Delictele de presă. Infracțiunea. Insulta. Calomnia. Dispoziții procesuale. Constituționalitatea abrogării art.205 și 206 din C.pen.; Recuperarea prejudiciilor cauzate prin insultă și calomnie</p>	<p>Cu 7 zile înainte de data cursului, se va difuza tuturor studenților pe platforma Classroom tema precum și un test cu 7 întrebări și 35 de răspunsuri posibil adevărate. Studentul va studia tema primită și va rezolva testul. La tema respectivă fiecare student va concepe și un test grilă de 3 întrebări cu câte 5 variante de răspuns, pe care îl va rezolva. Ambele teste rezolvate de toți studenți se trimit profesorului în așa fel încât profesorului să-i rămână 2 zile pentru corectare, analizare și stabilirea pe ce trebuie să insiste la predarea cursului. Prezentarea orală a conținutului cursului în fața studenților se va efectua pe Classroom Meet și va începe cu analiza testelor, greșeli frecvente, ce nu s-a înțeles, de ce, evidențiind și răspunsurile cele mai bune, complete. Notele de la ambele teste se vor înregistra pe platforma Classroom, și vor fi avute în vedere la nota finală.</p>	<p>Videoproiector necesar</p>
<p>11.Infracțiuni la relațiile sociale specifice dreptului comunicării. Infracțiunii prevăzute de Legea nr.31/1990 republicată și modificată, în comunicarea comercială;</p>	<p>Cu 7 zile înainte de data cursului, se va difuza tuturor studenților pe platforma Classroom tema precum și un test cu 7 întrebări și 35 de răspunsuri posibil adevărate. Studentul va studia tema primită și va rezolva testul. La tema respectivă fiecare student va concepe și un test grilă de 3 întrebări cu câte 5 variante de răspuns, pe care îl va rezolva. Ambele teste rezolvate de toți studenți se trimit profesorului în așa fel încât profesorului să-i rămână 2 zile pentru corectare, analizare și stabilirea pe ce trebuie să insiste la predarea</p>	<p>Videoproiector necesar</p>



	<p>cursului. Prezentarea orală a conținutului cursului în fața studenților se va efectua pe Classroom Meet și va începe cu analiza testelor, greșeli frecvente, ce nu s-a înțeles, de ce, evidențiind și răspunsurile cele mai bune, complete. Notele de la ambele teste se vor înregistra pe platforma Classroom, și vor fi avute în vedere la nota finală.</p>	
<p>12. Dreptul la informare în jurisdicția Curții Europene a Drepturilor Omului. Normele jurnalistice. Regulile jurnalistice.</p>	<p>Cu 7 zile înainte de data cursului, se va difuza tuturor studenților pe platforma Classroom tema precum și un test cu 7 întrebări și 35 de răspunsuri posibil adevărate. Studentul va studia tema primită și va rezolva testul. La tema respectivă fiecare student va concepe și un test grilă de 3 întrebări cu câte 5 variante de răspuns, pe care îl va rezolva. Ambele teste rezolvate de toți studenți se trimit profesorului în așa fel încât profesorului să-i rămână 2 zile pentru corectare, analizare și stabilirea pe ce trebuie să insiste la predarea cursului. Prezentarea orală a conținutului cursului în fața studenților se va efectua pe Classroom Meet și va începe cu analiza testelor, greșeli frecvente, ce nu s-a înțeles, de ce, evidențiind și răspunsurile cele mai bune, complete. Notele de la ambele teste se vor înregistra pe platforma Classroom, și vor fi avute în vedere la nota finală.</p>	<p>Videoproiector necesar</p>
<p>13. Minciuna. Manipularea. Infracțiuni în domeniul comunicării cu implicații economice.</p>	<p>Cu 7 zile înainte de data cursului, se va difuza tuturor studenților pe platforma Classroom tema precum și un test cu 7 întrebări și 35 de răspunsuri posibil adevărate. Studentul va studia tema primită și va rezolva testul. La tema respectivă fiecare student va concepe și un test grilă de 3 întrebări cu câte 5 variante de răspuns, pe care îl va rezolva. Ambele teste rezolvate de toți studenți se trimit profesorului în așa fel încât profesorului să-i rămână 2 zile pentru corectare, analizare și stabilirea pe ce trebuie să insiste la predarea cursului. Prezentarea orală a conținutului cursului în fața studenților se va efectua pe Classroom Meet și va începe cu analiza testelor, greșeli frecvente, ce nu s-a înțeles, de</p>	<p>Videoproiector necesar</p>

	ce, evidențiind și răspunsurile cele mai bune, complete. Notele de la ambele teste se vor înregistra pe platforma Classroom, și vor fi avute în vedere la nota finală.	
14. Recapitulare. Teste de autoevaluare. Pregătire examen	Prezentarea orală de modalități operative de rezolvare a testelor.	
<p><b>Bibliografie</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Valerică Dabu. <i>Dreptul comunicării sociale</i>, Ed. S.N.S.P.A., București, 2020 format electronic.</li> <li>- Carmen Moldovan, <i>Libertatea de exprimare</i>, Editura C.H. Beck, București, 2012;</li> <li>- Bogdan Ionescu, <i>Dreptul la propria imagine</i>, Editura Universul Juridic, București 2013</li> <li>- Valerică Dabu. <i>Dreptul comunicării sociale</i>, Ed. S.N.S.P.A., București, 2000;</li> <li>- Daniel J. Levitin, <i>Ghid practic de detectare a minciunilor</i>, Editura Publica, București 2017;</li> <li>- Tim Weiner, <i>CIA o istorie secretă</i>, Editura Litera, București 2019;</li> <li>- Miruna Runcan. <i>Introducerea în etica și legislația presei</i>. Editura ALL. Buc. 1998.</li> <li>- Doru Pavel; C. Turianu. <i>Calomnia prin presă</i>. Editura „Șansa” Buc. 1996.</li> <li>- Michel Friedman. <i>Libertăți și răspunderi ale ziariștilor și autorilor</i>. Editura Humanitas. București 1991.</li> <li>- Bogdan Ficeac. <i>Tehnici de manipulare</i>. Ed. Nemira Buc. 1996.</li> <li>- <i>Constituția Libertății</i> de Friedrich A. Hayek. Institutul European 1998.</li> <li>- Dr. Dumitru Titus Popa. <i>Dreptul Comunicării</i>. Editura Norma. Buc. 1999.</li> <li>- Bernard Miego. <i>Societatea cucerită de comunicare</i>. Ed. Polirom, Iași, 2000.</li> <li>- Clifford G. Christians – <i>Etica mass-media</i>, Ed. Polirom. București, 2001.</li> <li>- Arnauld du Moulin de Labathete. <i>Manipularea în relațiile publice</i>. Editura Antet.</li> <li>- Dan David. <i>Prelucrări inconștiente de informație. Contaminarea psihologică în mass-media, practică clinică și juridică</i>. Ed. Dacia, Cluj Napoca, 2000.</li> <li>- Lucien Sfez. <i>O critică a comunicării</i>. Ed. Comunicare. Ro, București 2002.</li> <li>- Mihai Dinu, <i>Comunicarea</i>, Ed. Algos, Ed. a II-a, București 2000.</li> <li>- Piotr Wierzbicki, <i>Structura Minciunii</i>, Ed. Nemira, București, 1996.</li> <li>- Vladimir Valkoff, <i>Tratat de dezinformare</i>, Ed. Antet, Iași 2000.</li> <li>- Vladimir Valkoff, <i>Dezinformarea, armă de război</i>, Ed. Incitatus București 2000.</li> <li>- Jurisprudența europeană privind libertatea de exprimare. Agenția de monitorizare a presei. Academia Cațavencu, București, 2002.</li> </ul> <p>Constantin Amariței, <i>Firma și mass media, Managerul și ziariști</i>, Editura Irecson, București 2005;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- V. Dabu, <i>Libertatea de exprimare. Transparență, Cenzură prealabilă, cenzură ulterioară și publicitatea excesivă</i>, în Revista Dreptul nr.1/2004, București 2004 (I.S.S.N.);</li> <li>- Dabu, V. <i>Dreptul la imagine și protecția imaginii prin norme de dreptul proprietății intelectuale</i>, Revista Română de Dreptul Proprietății Intelectuale, nr.2/2006 București 2006 (I.S.S.N.)</li> <li>- V. Dabu, <i>Imaginea. Dreptul la o imagine corectă. Marca. Dreptul la propria imagine</i>, Revista, Pro Lege, nr.2/2006 (I.S.S.N.)</li> </ul>		

- V.Dabu. „Dreptul învinuitului sau inculpatului de a nu face nici o declarație. Legalitatea interceptării și înregistrării audio sau video a declarației învinuitului sau inculpatului. În „Investigarea criminalistică a locului faptei” Editura S.c. Luceafărul S.A., București 2004 ;
- V.Dabu. „Reflecții asupra dreptului la tăcere” în Revista de Drept penal nr.4/2004. București 2004 ;
- V. Dabu. *Comunicare și cenzură. Transparență. Cenzura prealabilă, cenzura ulterioară. Publicitatea excesivă și procesul echitabil*, în Revista „Pro lege” nr.3/2004 București 2004,;
- V.Dabu „Comunicare și cenzură. Publicitate excesivă și procesul echitabil” în Revista „Studii de drept românesc” nr. 3-4/2004, Editura Academiei Române, București, 2004;
- Doina Ruști, *Mesajul subliminal în comunicarea actuală*, Editura Trironic, București 2005;
- Philippe Breton, *Manipularea Cuvântului*, Institutul European, București, 2006;
- Jean-Noel, Kapferer, *Zvonurile*, Editura Humanitas, București, 2006;
- Jacques Leprette, Henri Pigeat, *Etica și calitatea informației*, Editura Gramar, București, 2006;
- Frédéric Sudre, *Drept european și internațional al drepturilor omului*, Editura Polirom, Iași, 2006;
- Herb Cohen, *Arta de a negocia*, Editura Humanitas, București, 2007;
- Thomas Clearz, *Lecții Zen, Arta de a conduce*, Pro Editură și Tipografie, București 2007;
- Octavian Rădulescu, Paula Rosenberg, Amalia Tudor, *Discuții în legătură cu neconstituționalitatea abrogării art.205, art.206 și art.207 din Codul Penal*, Revista Dreptul nr. 1/2008, p.180.
- V.Dabu, *Constituționalitatea abrogării dispozițiilor care incriminează insulta și calomnia*, în revista „Dreptul” nr.6/2007(I.S.S.N.)
- Vladimir Volkoff, *Dezinformarea văzută din est*, Editura Pro Editură și Tipografie, București, 2007;
- Bernard Raquin, *Marile manipulări din epoca modernă*, Editura Pro Editură și Tipografie, București, 2007;
- Philippe Faverjon, *Minciunile celui de-al Doilea Război Mondial*, Editura Pro Editură și Tipografie, București, 2007;
- Roger Dawson, *Secretele negocierii*, Editura Polirom, Iași, 2007;
- Octavian Căpățână, *Publicitatea comercială*, Editura Universul Juridic, București, 2007;
- Leigh Thompson, *Mintea și inima negociatorului*, Editura Meteor Press, București, 2007;
- Nicholas, Reid, Schaffzin, *Negociază inteligent*, Editura ALL, București, 2007;
- John Perkins, *Confesiunile unui asasin economic*, Editura Litera Internațional, București 2007;
- Cristian Dușescu, *Manipularea pieței de capital*, Editura C.H. Beck, București 2008;
- Mihail Udrioiu, Ovidiu Predescu, *Protecția europeană a drepturilor omului și procesul penal român*, Editura C.H. Beck, București, 2008;
- Jean-François Renucci, *Tratat de drept european al drepturilor omului*, Editura Hamangiu, București, 2009;
- Bernard Miège, *Informație și comunicare*, Ed. Polirom, Iași, 2008.
- David C. Korten, *Proiectul noii economii, De la bogăția fantomă la bogăția reală*, Editura Antet, Filipești de Târg, 2009;
- Kevin Hogan, James Speakman, *Persuasiunea mascată: tactici și trucuri psihologice pentru învingători*, Editura Meteor Press, reeditare, București, 2010;
- - Ordonanța de urgență privind cadrul general de reglementare a comunicațiilor nr.79/2002 M.O. nr.457 din 27.06.2002.

- Legea privind prelucrarea datelor cu caracter personal și protecția vieții private în sectorul telecomunicațiilor nr.506/2004 modificată prin Legea 109/2019
- Legea privind liberul acces la informațiile de interes public nr.544/2001 M.O. nr.663 din 23.10.2001 modif. prin Legea 144/2016.
- Legea nr.182 din 12.04.2002, privind protecția informațiilor clarificate, M.O. nr.248 din 12.04.2002.
- Legea audiovizualului nr.504/2002 publicată în Monitorul Oficial nr.534/2002.
- Hotărârea Guvernului României pentru aprobarea standardelor naționale de protecție a informațiilor clasificate în România, nr.585/05.07.2002, publicată în Monitorul Oficial nr.485/5 iulie 2002.
- Legea privind publicitatea nr.148/2000 publicată în Monitorul Oficial nr.359 din 02 august 2000.
- Constituția României
- Declarația Universală a Drepturilor Omului adoptată de Adunarea Generală a Națiunilor Unite în 19.XII.1948.
- Hotărârea 25 din 12.09.1994 a Camerei Deputaților prin care se adoptă Rezoluția 1003/1993 a Adunării Parlamentare a Consiliului Europei.
- Declarația îndatoririlor și drepturilor ziariștilor adoptată la Munchen în 1971.
- Codul etic al societății Sigma Delta Chi. Adoptat în 1926 și revizuit în 1973.
- Carta obligațiilor profesionale ale ziariștilor francezi adoptată în 1918 și revizuită în 1938.
- Codul deontologic al ziariștilor români adoptat de Asociația Ziariștilor Români în 1993.
- Codul deontologic al ziariștilor români adoptat de Asociația Ziariștilor Români în 1993.
- Legea nr. 206/2004 privind buna conduită în cercetare științifică, dezvoltarea tehnologică și inovare, modif. prin OG 28/2011;
- Decizia C.N.A. nr. 220/2011 privind Codul audiovizualului modif. prin Decizia CNA 614/2019; Legea nr. 161/2003, Legea nr.467/2006;
- Legea 571/2004 privind protecția personalului din autoritățile publice, instituțiile publice și din alte unități care semnalează încălcări ale legii,
- Legea nr.504/2002 privind audiovizualul modificată prin, Legea nr. 333/2009, OUG nr.56/2020 ;
- Legea nr.363/2007 privind practicile comerciale incorecte
- Legea nr.158/2008 privind publicitatea înșelătoare, modif. Prin legea nr. 202/2013;
- OUG nr. 19/2011 privind înființarea Autorității Naționale pt. Administrarea și Reglementarea Comunicațiilor;
- Noul Cod Civil adoptat prin Legea nr 287/2009 modificat prin Legea 71/2011

8.2. Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Informația. Informația publică și informația privată. Activitate publică și activitate privată. Funcție publică și funcție privată. Interes public și interes privat.	Dezbateri pe marginea unui test de 12 întrebări din tema ce face obiectul seminarului. De fiecare dată testul de 12 întrebări va fi difuzat odată cu tema de la fiecare curs. Prezentarea unor spețe și apoi analiza acestora prin prisma conceptelor din subiectul abordat	Toți studenții trebuie să studieze tema ce urmează a fi predată și să rezolve de fiecare dată câte 3 teste primite în timp util iar la predarea cursului se va pleca de pa problemele apărute la testul de 3 întrebări elaborat de fiecare student și la testul de 7 întrebări

		administrat fiecăruia. Seminarul la tema respectivă va pleca de la problemele apărute la soluționarea testului de 10 întrebări administrat fiecăruia.
2. Drepturile individului: dreptul de acces la orice informație de interes public; libertatea gândirii, opiniilor, credinței și de exprimare, dreptul la propria imagine.	Dezbateri pe marginea unui test de 12 întrebări din tema ce face obiectul seminarului. De fiecare dată testul de 12 întrebări va fi difuzat odată cu tema de la fiecare curs. Prezentarea unor spețe și apoi analiza acestora prin prisma conceptelor din subiectul abordat	-----////-----
3. Drepturile individului: dreptul la viața intimă, familială și privată; secretul corespondenței; dreptul la libera circulație.	Dezbateri pe marginea unui test de 12 întrebări din tema ce face obiectul seminarului. De fiecare dată testul de 12 întrebări va fi difuzat odată cu tema de la fiecare curs. Prezentarea unor spețe și apoi analiza acestora prin prisma conceptelor din subiectul abordat	-----////-----
4. Drepturile individului: accesul la sursele de informare; dreptul la o informare corectă; dreptul la replică; dreptul la rectificare și dreptul la dezmințire; dreptul la despăgubiri; dreptul la acțiune în sens penal; dreptul la acțiunea civilă sau comercială;	Dezbateri pe marginea unui test de 12 întrebări din tema ce face obiectul seminarului. De fiecare dată testul de 12 întrebări va fi difuzat odată cu tema de la fiecare curs. Prezentarea unor spețe și apoi analiza acestora prin prisma conceptelor din subiectul abordat	-----////-----
5. Drepturile și obligațiile agenților media în comunicare: dreptul de acces la orice informație de interes public; libertatea de opinie și libertatea de exprimare; dreptul de a informa; dreptul de a publica.	Dezbateri pe marginea unui test de 12 întrebări din tema ce face obiectul seminarului. De fiecare dată testul de 12 întrebări va fi difuzat odată cu tema de la fiecare curs. Prezentarea unor spețe și apoi analiza acestora prin prisma conceptelor din subiectul abordat	-----////-----
6. Drepturile și obligațiile agenților media în comunicare: dreptul de a întreba și primi răspuns; principiul secretului profesional; limitele libertății de exprimare; libertatea presei și limitele acesteia.	Dezbateri pe marginea unui test de 12 întrebări din tema ce face obiectul seminarului. De fiecare dată testul de 12 întrebări va fi difuzat odată cu tema de la fiecare curs. Prezentarea unor spețe și apoi analiza acestora prin prisma conceptelor din subiectul abordat	-----////-----
7. Drepturile și obligațiile agenților media în comunicare: obligația de a asigura corecta informare a opiniei publice atât prin mass-media privată cât și publică. Răspunderea disciplinară, civilă și penală.	Dezbateri pe marginea unui test de 12 întrebări din tema ce face obiectul seminarului. De fiecare dată testul de 12 întrebări va fi difuzat odată cu tema de la fiecare curs. Prezentarea unor spețe și apoi analiza acestora prin prisma conceptelor din subiectul abordat.	-----////-----
8. Delictelor de presă. Infrațiunea. Insulta. Calomnia. Dispoziții procesuale. Constituționalitatea abrogării art.205 și 206 din C.pen.;	Dezbateri pe marginea unui test de 12 întrebări din tema ce face obiectul seminarului. De fiecare dată testul de 12 întrebări va fi difuzat odată cu tema de la fiecare curs. Prezentarea unor spețe și apoi analiza acestora prin prisma conceptelor din subiectul abordat.	-----////-----

9. Infracțiuni la relațiile sociale specifice dreptului comunicării. Infracțiunii prevăzute de Legea nr.31/1990 republicată și modificată, în comunicarea comercială;	Dezbateri pe marginea unui test de 12 întrebări din tema ce face obiectul seminarului. De fiecare dată testul de 12 întrebări va fi difuzat odată cu tema de la fiecare curs. Prezentarea unor spețe și apoi analiza acestora prin prisma conceptelor din subiectul abordat.	-----/// -----
10. Dreptul la informare în jurisdicția Curții Europene a Drepturilor Omului. Normele jurnalistice. Regulile jurnalistice.	Dezbateri pe marginea unui test de 12 întrebări din tema ce face obiectul seminarului. De fiecare dată testul de 12 întrebări va fi difuzat odată cu tema de la fiecare curs. Prezentarea unor spețe și apoi analiza acestora prin prisma conceptelor din subiectul abordat	-----/// -----
11-14. Studii de caz		
<b>Bibliografie:</b> - Valerică Dabu. <i>Dreptul comunicării sociale</i> , Ed. S.N.S.P.A., București, 2021, format electronic, - Carmen Moldovan, <i>Libertatea de exprimare, Principii, Restricții, Jurisprudență</i> Editura C.H. Beck, București, 2012; - Bogdan Ionescu, <i>Dreptul la propria imagine</i> , Editura Universul Juridic, București 2013 - <i>Dreptul la viața privată și de familie</i> , Jurisprudență C.E. D.O, Editura Hamangiu, București 2013; - Pauk Ekman, <i>Minciunile adulților, indicii ale înșelătoriei în căsnicie, afaceri și politică</i> , Editura Trei, București 2011 Daniel J. Levitin, <i>Ghid practic de detectare a minciunilor</i> , Editura Publica, București 2017; Tim Weiner, <i>CIA o istorie secretă</i> , Editura Litera, București 2019.		

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

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Disciplina este elaborată pe baza unor manuale și materiale cu caracter științific și recunoscute internațional;</li> <li>• Temele abordate în cadrul cursului și seminarelor se înscrie în preocupările actuale în domeniul comunicării, relațiilor publice și publicității;</li> <li>• Titularul cursului este jurist, procuror-pensionar, formator-pensionar la Institutul Național al Magistraturii compartimentul formare continuă și a predat și predă această disciplină în învățământul superior de mai mult de 20 ani.</li> </ul>
---

10. Evaluare

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
Curs /Examen	Cunoștințe de bază necesare analizei diferitelor aspecte juridice ale comunicării, implicațiilor acestora, și modul de folosire a acestora în viața socială, economică și politică;	Examenul final va cuprinde atât întrebări închise, de tip grilă, cât și întrebări deschise	50%

	- Capacitatea de a corela, compara, a discerne, a crea, abilități în cunoașterea și folosirea legii;		
Seminar	- Capacitatea de a înțelege conceptele specifice, importanța și utilitatea lor conform principiilor și legilor unui stat democratic, și aplica la studii de caz - Capacitatea de a argumenta și folosi argumentele de drept și de fapt, gândirea logică, sistemică, istorică, identificarea cauzelor, și soluțiilor.	Pentru fiecare seminar toți studenții vor rezolva câte un test de 10 întrebări cu câte 5 variante de răspunsuri la fiecare întrebare. Testul se difuzează odată cu tema respectiv cu 7 zile înainte de data seminarului. Iar studenții îl vor rezolva și trimitte cel mai târziu înainte cu două zile de data seminarului. Nota la acest test precum și la activitățile din timpul seminarului împreună cu notele la cele două teste de la curs, se trec în catalogul de pe Platforma Classroom și vor fi luate în considerare la nota finală.	50%
10.6. Standard minim de performanță: are cel puțin 6 prezențe la curs și minim 5 în activitatea de seminar și în nota de trecere obținută la examenul scris			

Data completării:  
24.09. 2020

Semnătura titularului de curs  
Conf. univ. dr. Dabu Valerică

Semnătura titularului de seminar  
Asistent univ. Gavra Diana

Data avizării în departament:  
30.09.2020

Semnătura directorului de departament:  
\_\_\_\_\_

## FIȘA DISCIPLINEI EDUCAȚIE FIZICĂ

### 1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Școala Națională de Studii Politice și Administrative
1.2. Facultatea	Facultatea de Comunicare și Relații Publice
1.3. Departamentul	Relații Publice
1.4. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5. Ciclul de studii	Universitar de licență
1.6. Programul de studii/Calificarea	Comunicare și relații publice

### 2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Educație fizică						
2.2. Titularul activităților de curs							
2.3. Titularul activităților de seminar							
2.4. Anul de studiu:	III	2.5. Semestrul	VI	2.6. Tipul de evaluare	V	2.7. Regimul disciplinei	DC F

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	2	din care: 3.2. curs		3.3. seminar/laborator	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	28	din care: 3.5. curs		3.6. seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp					Ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					17
Pregătire seminarii/laboratoare, teme referate, portofolii și eseuri					10
Tutoriat					
Examinări					20
Alte activități...					
3.7. Total ore studiu individual					47
3.8. Total ore din planul de învățământ					28
3.9. Total ore pe semestru					75
3.10. Numărul de credite					3

### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	
4.2. de competențe	

### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Echipament adecvat orelor de educație fizică</li> <li>• Prezența conform regulamentului SNSPA</li> </ul>



## 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dobândirea unui nivel inițial și intermediar de competență practico-aplicativă necesară în practicarea disciplinei</li> <li>• Înțelegerea informațională a cunoștințelor practice cu privire la solicitările organizatorice în Educație Fizică.</li> <li>• Învățarea și consolidarea deprinderilor și priceperilor specifice în Educație Fizică.</li> <li>• Fundamentarea practică privind activitatea de Educație Fizică din perspectiva interdisciplinară.</li> <li>• Abilitarea cu deprinderi practice specifice dezvoltării musculare.</li> </ul>
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Abilități de lucru în echipe</li> <li>• Însușirea unor valori etice</li> </ul>

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.Cunoașterea aparatelor și tehnica manevrării lor.</li> <li>2.Terminologia folosită precum și măsuri de prevenire a accidentelor în timpul manevrării diferitelor aparate.</li> <li>3.Tehnica folosirii aparatelor și instalațiilor cu ajutorul partenerilor.</li> <li>4.Complexe de exerciții pentru pregătirea organismului de „intrare” în efort.</li> <li>5.Exerciții de bază specifice educației fizice</li> <li>6.Structuri de exerciții pentru dezvoltarea calităților motrice: viteză, îndemânare, mobilitate - stretching, rezistență, forță.</li> </ol>
7.2. Obiective specifice	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.Formarea capacitații de a executa exerciții specifice pentru dezvoltarea musculară a membrelor superioare.</li> <li>2. Formarea capacitații de a executa exerciții specifice pentru dezvoltarea musculară a membrelor inferioare.</li> <li>3.Formarea capacitații de a executa exerciții specifice pentru dezvoltarea musculaturii posterioare a trunchiului.</li> <li>4. Formarea capacitații de a executa exerciții specifice pentru dezvoltarea musculaturii anterioare a trunchiului.</li> <li>5.Formarea capacitații de a executa exerciții specifice pentru dezvoltarea musculaturii toracice.</li> <li>6.Formarea capacitații de a executa exerciții specifice pentru dezvoltarea musculaturii abdominale.</li> </ol>

## 8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Observații
<b>Bibliografie</b>		
8.2. Seminar/laborator		
Complexe de exerciții pentru pregătirea organismului de „intrare” în efort		
Structuri de exerciții specifice pentru dezvoltarea calităților motrice: viteză, îndemânare, mobilitate - stretching, rezistență, forță		



**FIȘA DISCIPLINEI**  
**ETICA ÎN COMUNICARE**

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Școala Națională de Studii Politice și Administrative
1.2. Facultatea	Facultatea de Comunicare și Relații Publice
1.3. Departamentul	Comunicare
1.4. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5. Ciclu de studii	Studii universitare de licență
1.6. Programul de studii / Calificarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Etica în comunicare						
2.2. Titularul activităților de curs	Prof. univ. dr. Dumitru Borțun						
2.3. Titularul activităților de seminar	Lector univ. dr. Bianca Cheregi						
2.4. Anul de studiu:	III	2.5. Semestrul	V	2.6. Tipul de evaluare	V	2.7. Regimul disciplinei	DF, Opt.

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	3	din care: .... curs	2	3.3. seminar/laborator	1
3.4. Total ore din planul de învățământ	42	din care: .....curs	28	3.6. seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					15
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					15
Pregătire seminarii/laboratoare, teme referate, portofolii și eseuri					15
Tutoriat					7
Examinări					6
Alte activități					-
3.7. Total ore studiu individual					58
3.8. Total ore din planul de învățământ					42
3.9. Total ore pe semestru					100
3.10. Numărul de credite					4

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Nu este necesară parcurgerea nici unei alte discipline.
4.2. de competențe	Sunt necesare abilități de comunicare și de argumentare.

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Sală de curs cu videoproiector.
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	Sală de curs dotată cu tablă albă/flipchart și videoproiector.

6. Competențe specifice acumulate

Competențe	1. Cunoaștere și înțelegere ( <i>cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor</i> )
------------	--

profesionale	<p><i>specifice disciplinei</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Înțelegerea și utilizarea adecvată a conceptelor de bază din domeniul eticii aplicate.</li> <li>• Cunoașterea diferențelor dintre o problemă de etică profesională și o problemă morală comună.</li> <li>• Înțelegerea modului cum funcționează metodele de decizie etică.</li> <li>• Cunoașterea principalelor caracteristici ale unui cod de etică profesională.</li> <li>• Cunoașterea elementelor principale care alcătuiesc un sistem de management de etică și conformitate.</li> <li>• Cunoașterea conceptului de responsabilitate socială și altor concepte asociate („cetățenie corporativă”, „shared-value”, „marketing legat de o cauză socială”).</li> <li>• Identificarea problemelor morale în cazul unor programe, proiecte sau campanii de responsabilitate socială.</li> </ul>
	<p>2. Explicare și interpretare (<i>explicarea și interpretarea unor idei, proiecte, procese, precum și a conținuturilor teoretice și practice ale disciplinei</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pot recunoaște și analiza critic o problemă etică din domeniul comunicării (publicitate, relații publice, jurnalism).</li> <li>• Pot construi justificări morale pe baza codurilor de etică profesională ori organizaționale.</li> <li>• Pot construi analogii sau utiliza experimente mentale în decelarea unor poziții morale în contexte date.</li> <li>• Pot identifica un program, un proiect, o campanie de responsabilitate socială și poate discerne și analiza critic aspectele morale, sociale, profesionale, organizaționale etc.</li> <li>• Pot construi și comunica o poziție morală proprie, bazată pe argumente, într-o chestiune dată.</li> </ul>
	<p>3. Instrumental-aplicative (proiectarea, conducerea și evaluarea activităților practice <i>specifice: utilizarea unor metode, tehnici și instrumente de investigare și de aplicare</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pot proiecta și realiza o prezentare coerentă și consistentă (i.e., argumentată) a unei poziții morale din perspectiva codurilor de etică profesională ori organizațională, precum și a unei poziții proprii.</li> <li>• Pot folosi conceptele specifice eticii aplicate pentru a investiga din punct de vedere moral o problemă morală sau o dilemă etică.</li> <li>• Pot utiliza tehnici de cercetare pentru a construi studii de caz.</li> </ul>
	<p>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).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Subscriu și respectă principiile etice specifice domeniului cercetării socio-umane.</li> <li>• Înțeleg implicațiile comportamentului profesional moral/imoral în sfera comunicării și adoptă un set de valori etice proprii.</li> </ul>
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Deprind abilități de argumentare necesare la orice altă disciplină și orice alt context educațional și non-educațional.</li> <li>• Dezvoltă o cunoaștere mai profundă a problematicii morale și a conceptului de responsabilitate.</li> <li>• Dezvoltă o înțelegere specială a eticii profesionale.</li> <li>• Dezvoltă conștiința morală, ajutându-i pe studenți să evolueze ca ființe morale.</li> </ul>

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

7.1. Obiectivul	Cursul urmărește deprinderea studenților cu un mod de gândire care presupune evaluarea
-----------------	--

general al disciplinei	etică a situațiilor profesionale reale din domeniul comunicării.
7.2. Obiective specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dezvoltarea abilității de a recunoaște o problemă de etică și de a identifica diferitele poziții morale adecvate soluționării acesteia.</li> <li>• Dezvoltarea abilităților de a construi un punct de vedere etic propriu din perspectiva unor cadre mentale solide, cu ajutorul argumentelor pro și contra.</li> <li>• Dobândirea competențelor minimale de analiză a unor programe, proiecte, campanii și strategii de responsabilitate socială.</li> </ul>

## 8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Observații
1. Etică și morală în lumea contemporană	Prezentare orală a conținutului cursului în fața studenților	Necesar videoproiector
2. Obiectul de studiu și problematica eticii	Prezentare orală a conținutului cursului în fața studenților	Necesar videoproiector
3. Viziuni etice marcante în istorie filosofiei - I	Prezentare orală a conținutului cursului în fața studenților	Necesar videoproiector
4. Viziuni etice marcante în istoria filosofiei - II	Prezentare orală a conținutului cursului în fața studenților	Necesar videoproiector
5. Etica normativă; metaetică și etică aplicată	Prezentare orală a conținutului cursului în fața studenților	Necesar videoproiector
6. Aspecte teoretice ale eticii în comunicare	Prezentare orală a conținutului cursului în fața studenților	Necesar videoproiector
7. Comunicarea etică. Etica în relații publice	Prezentare orală a conținutului cursului în fața studenților	Necesar videoproiector

### Bibliografie obligatorie

1. Basso, Joseph (1999), „Practici înșelătoare în profesia de relații publice”, trad. Otavian Cocoș, în *Revista Română de Comunicare și Relații Publice*, nr. 1, pp. 73-82.
2. Borțun, Dumitru (2011). „Socializarea prin valori; valori de finalitate și valori de randament”, în *EUROMENTOR*, vol. II, nr. 4, decembrie, pp. 20-30
3. Borțun, Dumitru (2012). *Relațiile Publice și noua societate*, ed. a II-a. București: Tritonic
4. Borțun, Dumitru (2012), coord. *Responsabilitatea socială corporativă de la relații publice la dezvoltare durabilă*. București: Tritonic
5. Crăciun, Dan & Morar, Vasile & Macoviciuc, Vasile (2005), *Etica afacerilor*, București, Paideia, „Normele morale”; „Valorile morale; „Teorii etice standard”, pp. 48-77; 78-126; 152-180.
6. David, Daniel (2015), *Psihologia poporului român. Profilul psihologic al românilor într-o monografie cognitiv-experimentală*, Iași, Polirom, pp. 297-319
7. Diaconu, Bogdan (2009), *Etica societății instituționalizate*, Curtea Veche, București, pp. 129-200.

### Lucrări recomandate

- Aiftincă, Marin (1994), *Valoare și valorizare. Contribuții moderne la filosofia valorilor*, București, Ediura Academiei Române, pp. 9-38
- Arjoon, S. (2005). „Corporate governance: An ethical perspective”. *Journal of Business Ethics*, 61, 343-352.
- Avenarius, Horst (2003), „German Experiences with Codes and their Enforcement”, in *Journal of*

*Communication Management* (v. Vol. 8, No 1).

Babiak, Paul, Hare, Robert D., *Snakes in Suits: When Psychopaths Go to Work*, HarperBusiness, 2006

Basso, Joseph (1999), „Practici înșelătoare în profesia de relații publice”, trad. Otavian Cocoș, în *Revista Română de Comunicare și Relații Publice*, nr. 1, pp. 73-82.

Bard, Alexander & Soderqvist, Jan (2009), „Noua biologie și etica netocratică”, în *Netocrația: noua elită a puterii și viața după capitalism*, București, Publica, pp. 151-174.

Baudrillard, Jean (2005). *Societatea de consum. Mituri și structuri*. București: Editura comunicare.ro., pp. 29-59; 61-108; 125-193; 241-253

Bălan, Marin & Valentin Mureșan (2014), *Etica în știință, religie și societate*, București, Editura Universității din București, pp. 23-32.

Belsey, Andrew (1995), „Ethics, Law and the Quality of the Media”; în Almond, Brenda (1995), *Introducing Applied Ethics*; Blackwell, Oxford, pp. 89-103.

Bellu, Nicolae (1974), „Sensul viu al contradicțiilor teoretice în filosofia kantiană”, în *Etica lui Kant*, București, Editura Științifică, pp. 347-415.

Bellu, Nicolae (1989), coord., *Morala în existența umană. Cercetare ontologică*, București, Editura Politică, pp. 15-49; 50-62.

Boari, Vasile (2006), „Relevanța eticii în secolul XXI”, cuvânt înainte la Peter Singer (ed.), *Tratat de etică*, Iași, Polirom.

Boeyink, David (1994), *How Effective are Codes of Ethics? A Look at Three Newsrooms*; în “Journalism Quarterly”, vol. 71, nr. 4, pp. 893-904.

Borțun, Dumitru (2012), „Relațiile publice ca tehnică de legitimare”, în *Relațiile Publice și noua societate*, ediția a II-a rev., București, Tritonic, pp. 107-119.

Borțun, Dumitru (2012), coord., *Responsabilitatea socială corporativă de la relații publice la dezvoltare durabilă*. București: Tritonic, pp. 33-165; 289-301; 389-462.

Borțun, Dumitru (2013), „Socialization through Values: Goal Values and Performance Values”, in Runcan, P.L., Rață, G. (edit.), *Applied Social Psychology*, Cambridge Scholars Publishing, UK, 2013, pp. 9-18.

Borțun, Dumitru (2014), „Communicational Responsibility. Two Case Studies”, in *Cogito. Multidisciplinary Research Journal*, Vol. V, no. 2/June, 2013, pp. 23-27 – ISSN: 2068-6706

Borțun, Dumitru (2014), „Communicational Responsibility and Interpersonal Communication”, in Runcan, P.L., Rață, G. (edit.), *Social Economics and Entrepreneurship*, Cambridge Scholars Publishing, UK, 2014, pp. 195-204.

Borțun, Dumitru (2014), „Marketized Communication between Manipulation and Ethics of Responsibility”, in Constantineanu, C., Runcan, P., Runcan, R. (coord). *Authority & Power of Christian Values*. București: Editura Didactică și Pedagogică, 2014, pp. 107-119.

Borțun, Dumitru (2014), „The Need for a Managerial and Governmental Strategy. Public Relations as an Expression of Strategic Communication”, in Constantin Brătianu, Alexandra Zbucnea, Florina Pânzaru, Elene-Mădălina Vătămănescu (eds.), *Management, Finance, and Ethics*, Bucharest: Tritonic, pp. 571-578.

Borțun, Dumitru (2015), “A synoptic overview of CSR in Romania. Research amongst Romanian managers”, in *Corporate Social Responsibility in the Digital Age*, Vol 7 – Developments in Corporate Governance and Responsibility, edited by David Crowther, Ana Adi, Georgiana Grigore, Emerald Group Publishing Limited, pp. 191-200.

Borțun, Dumitru & Corina Sorana Matei (2016), „The Painless Ethics of Financed Research”, în *Review of Research and Social Intervention*, Volumul: 55.

Bowen, Shanon A. (2007), *Ethics and Public Relations*, Maryland, Institute for Public Relations.

Bucci, Enrico (2015), *Cattivi scienziati. La frode nella ricerca scientifica*, Torino, add editore, pp. 42-64; 113-137.

Cătineanu, Tudor (1987), „Sesnsuri ale vieții”, în *Elemente de etică, vol. II*, Cluj-Napoca, Editura Dacia, pp. 196-252

Cismaru, Diana-Maria (2015), „Practici și comportamente neetice în comunicarea online”, în *Managementul*

reputației în mediul online, București, Tritonic, pp. 183-200.

Christians, Clifford G. & Mark Fackler & Kim B. Rotzoll & Kathy Brittain McKee (1998), *Media Ethics. Cases and Moral Reasoning*; Longman, New York. (NB: Traducerea românească – Polirom, Iași, 2001 – conține foarte multe erori de traducere și, ca atare, trebuie evitată.)

Cobianu, Elena, Vasile Popescu, Stelian Stoica (1988), *Confruntări de idei în etică*, București, Editura Politică, pp. 100-161

Cohen-Almagor, Raphael (2009), *Responsibility and Ethics in the Canadian Media: Some Basic Concerns*; în "Journal of Mass Media Ethics", vol. 17(1), pp. 35-52.

Coutinho de Arruda, Maria Cecilia & Marcelo Leme de Arruda (1999), *Ethical Standards in Advertising: A Worldwide Perspective*; în "Journal of Business Ethics", vol. 19, nr. 2, pp. 159-161.

Crăciun, Dan & Morar, Vasile & Macoviciuc, Vasile (2005), „Fundamentele eticii afacerilor”; „Normele morale”; „Valorile morale”; „Teorii etice standard”, în *Etica afacerilor*, București, Paideia, pp. 88. 7-47; 48-77; 78-126; 152-180.

Dalal-Clayton D.B.; Bass, S.K.S. (2002). „Stakeholder Dialogues on Sustainable Development Strategies. Lessons”. *Opportunities and Developing Country Case Studies. Environmental Planning*, Issues No. 26, London, International Institute for Environment and Development.

David, Daniel (2015), *Psihologia poporului român. Profilul psihologic al românilor într-o monografie cognitiv-experimentală*, Iași, Polirom, pp. 297-319

Davis, K & Blomstrom, R.L. (1975). *Business and Society: Environment and responsibility*. New York: McGraw-Hill

Diaconu, Bogdan (2009), „etică mass-media”, în *Etica societății instituționalizate*, București: Curtea Veche, pp. 113-128.

Foucault, Michel (1998), *Ordinea discursului. Un discurs despre discurs*, București, Eurosong & Book

Frederick, William C. (1995). *Values, Nature and Culture in the American Corporation*. Oxford: Oxford University Press.

Freeman, Edward (2008). *Stakeholder Theory and Organizational Ethics*. Berret-Koehler Publishers.

Frunză, Sandu (2011), „Comunicare și deontologie”; „Etica relațiilor publice. Două perspective despre etică și PR”, în *Comunicare etică și responsabilitate socială*, București, Tritonic, pp. 15-64; 65-126.

Gardner, Howard & Csikszentmihalyi, Mihaly & Damon, William (2005), *Munca bine făcută. Când excelența și etica își dau mâna*, București, Sigma, pp. 5-9; 136-227; 282-286.

Gates, Bill (2008), „Capitalismul creativ”. Discurs ținut la Forumul Economic Mondial de la Davos, 24 ianuarie 2008. Articol apărut în revista 22, Anul XV (942), 25–31 martie.

Grenier Hubert (1995), *Marile doctrine morale*, București, Humanitas, pp. 119-138.

Habermas, Jürgen (2000), *Conștiința morală și acțiunea comunicativă*, București, All Educational, pp. 46-111; 112-182.

Habermas, Jürgen (2008), *Etica discursului și problema adevărului*, București, pp. 55-68

Hall, M.R. (2006). „Corporate philanthropy and corporate community relations: Measuring relationship-building results”. *Journal of Public Relations Research*, 18, 1-21.

Hare, Robert D., *Without Conscience: The Disturbing World of the Psychopaths Among Us*, Paperback, The Guilford Press, 1999

Harre, Rom & Krausz, Michael (1998), „Relativismul moral”, în Montefiore, Allan & Mureșan, Valentin, *Filosofia morală britanică*, București, Editura Alternative, pp. 152-186.

Ilieșcu, Adrian-Paul (2007), *Etică socială și politică*, București, Ars Docendi.

Jackson, T. (2007). „Cross-cultural Sensitivities in Developing Corporate Ethical Strategies and Practices”, in *Corporate Ethics and Corporate Governance* (W.C. Zimmerli, K. Richter and M. Holzinger eds.), Berlin, Springer, 229-251

Jaksa, James A. & Michael S. Pritchard (1994), *Communication Ethics. Methods of Analysis*; Wadsworth, Belmont.

- Jaksa, James A. & Michael S. Pritchard (1996), *Responsible Communication: Ethical Issues in Business, Industry, and the Professions*; Hampton Press.
- Jakelevitch, Vladimir (2001), *Curs de filosofie morală*, Iași, Polirom, pp. 91-112; 115-164
- Keeble, Richard (2006), *Communication Ethics Today*; Troubador Publishing.
- Lamont, Michèle (1995), „De l'importance d'être honnête: enquête sur frontières morales”, în *La morale et l'argent. Les valeurs des cadres en France et aux États-Unis*, Paris, Editions Métailié.
- Langton, Rae (1990), „Whose Right? Ronald Dworkin, Women, and Pornographers”, în *Philosophy and Public Affairs*, vol. 19(4), pp. 311-359.
- Lazăr, Cornel (2011), *Axiologie. Curs universitar pentru facultățile cu profil umanist, altele decât cele de filosofie*, Sibiu, Psihomedica.
- Lichtenberg, Judith (2005), „Media Ethics”, în Frey, R.G. & C. Heath Wellman (eds.) (2005), *A Companion to Applied Ethics*; Blackwell, 2005, pp. 597-607.
- Lipovetsky, Gilles (1996), *Amurgul datoriei. Etica nedureroasă a noilor timpuri democratice*, București, Babel.
- Macintyre Alasdair (1998), *Tratat de morală. După virtute*, București, Humanitas.
- Middleton, Kent, Trager, Robert, Chamberlin, F. Bill (2002), *Legislația comunicării publice*, Iași, Polirom.
- Miroiu, Adrian (1995), „Introducere: ambiții și speranțe ale eticii aplicate”, în Adrian Miroiu, edit., *Etica aplicată*, București, Alternative, pp. 4-24
- Morar, Vasile (2001), *Moralități elementare*, București, Paideia, pp. 189-224
- Morar, Vasile (2001), *Morala elementară. Stări, preguri, virtuți*, București, Paideia, pp. 203-308
- Morariu, Marietta C. (1976), „Sistemul etic și valoarea ca virtualitate”, în *Valoare și etos*, București, Editura Editura Științifică și Enciclopedică, pp. 126-152.
- Mureșan, Valentin (1995), ed., *Valorile și adevărul moral*, București, Editura Alternative.
- Mureșan, Valentin (2001), *Axiologie și moralitate*, București, Punct.
- Mureșan, Valentin (2009), *Managementul eticii în organizații. București*, București, Editura Universității din București.
- Mureșan, Valentin (2010), *Fericirea, daoria și decizia etică*, București, Editura Universității din București, pp. 91-97.
- Mureșan, Valentin (2011), „Moștenirea lui Aristotel”, în *Etica lui Aristotel*, București, Editura Universității din București, pp. 145-151.
- Pascadi, Ion (1970), „Petre Andrei: Filosofia valorii”; „Tudor Vianu, Teoria valorilor”, în vol. *Din tradițiile gândirii axiologice românești*, București, Editura Științifică, pp. 91-134; 247-290.
- Parsons, Patricia J. (2004), *L'etica nelle relazioni pubbliche. Valutare i dilemmi quotidiani per decidere meglio*, Prefaziune di Giampaolo Azzoni, Milano, Il Sole 24 ORE.
- Parsons, Patricia J. (2008), *Ethics in Public Relations. A Guide to Best Practice*, London Kogan Page.
- Popescu, Vasile (1988), „Etica pragmatistă și motivația acțiunii umane”, în *Confruntări de idei în etică*, București, Editura Politică, pp. 133-161
- Pricopie, Remus (2005), *Relațiile Publice: evoluție și perspective*. București, Tritonic, pp. 179-214.
- Răceanu, Andreea Roxana (2013), „Modele de comunicare și politici publice în democrațiile actuale”, în *Dileme democratice. Decizie și comunicare în politicile publice*, București, Tritonic, pp. 138-177.
- Rachels, James (2000), *Introducere în etică*, București, Punct, pp. 19-31.
- Reich, Robert. (2008). *Supercapitalism. The Battle for Democracy in an Age of Big Business*, Icon Books, Cambridge.
- Ridderstråle, Jonas & Nordström Kjell (2007), „Schimbarea regulilor”, în *Karaoke capitalism*, București, Publica, pp. 51-68
- Ridderstråle, Jonas & Nordström Kjell (2008), *Funky Business: talentul determină capitalismul să danseze*, București, Publica, pp. 83-95; 141-155; 267-295.



- Rivers, William L. & Wilbur Schramm (1969), *Responsibility in Mass Communication*; New York, Harper & Row.
- Ruști, Doina (2004), *Mesajul subliminal în comunicarea actuală*, București, Tritonic.
- Schumann, Harald; Martin, Hans-Peter (1999). *Capcana globalizării: atac la democrație și bunăstare*, Editura Economică, București, pp. 157-262; 321-398
- Scoble, Robert & Israel, Shel (2008), *Conversații libere. Despre cum reușesc blogurile să schimbe comunicarea dintre companii și clienți*, București, Nemira & Co.
- Singer, Peter (2006), edit., *Tratat de etică*, Iași, Polirom, pp. 69-150; 191-300; 429-520
- Solomon, Robert C. (1993), *Ethics & Excellence*. Oxford University Press.
- Stancu, Alin (2012), *Marketing și responsabilitate socială*, București, Editura ASE
- Stănciugelu, Irina (2009), „Relațiile publice și etica – de la tehné la phronesis”, în *Măștile comunicării; de la etică la manipulare și înapoi*, București, Tritonic, pp. 211-279.
- Stere, Ernest (1979), „Utilitarism și pragmatism”, în *Din istoria doctrinelor morale*, București, Editura Științifică și Enciclopedică, pp. 157-175
- Steurer, R. (2005). „Corporations, stakeholders and sustainable development: A theoretical exploration of business-sociaty relations”. *Jornal of Business Ethics*, 61, 263-281.
- Stoenescu, Constantin (2015), coord., *Etica cercetării și proprietatea intelectuală*, București, Editura Universității din București, pp. 19-46; 185-208.
- Stoica, Stelian (1975), *Prelegeri de etică*, București, Editura Universității din București, pp. 79-149; 169-187
- Stuart Mill, John (2005), „Logica științelor morale”, în *Eseuri etice*, București, Paideia, pp. 131-141.
- Stuart Mill, John (2014), *Utilitarismul*, București, ALL.
- Taylor, Charles (2006), *Etica autenticității*, Cluj, Idea Design & Print.
- Vezeanu, Ion (2014), „Terapia prin limbaj: aspecte religioase, morale și științifice ale dialogului”, în Marin Bălan & Valentin Mureșan, *Etica în știință, religie și societate*, București, Editura Universității din București, pp. 365-384.
- Weber, Max (1993), *Etica protestantă și spiritul capitalismului*, București, Humanitas, pp. 108-266.
- Wilcox, Dennis L., Glent T. Cameron, Phillip H. Ault, Warren K. Agee (2009), *Relații publice. Strategii și tactici*, București, Curtea Veche Publishing, „Valorile relațiilor publice”, pp. 19-23; „Etica și profesionalismul”, pp. 58-80; „Persuasiunea și manipularea” pp. 230-231; „Etica persuasiunii”, p. 232; „Relațiile publice și legislația”, pp. 289-317.
- Williams, Bernard (1993), *Introducere în etică*, București, Editura Alternative.
- Yarros, Victor S. (1922), „Journalism, Ethics, and Common Sense”, în *International Journal of Ethics*, vol. 32(4), pp. 410-419.
- Young, Peter (2006), „Implicațiile determinismului”, în Peter Singer (ed.), *Tratat de etică*, Iași, Polirom, pp. 563-572.
- Young, Stephen B. (2009), *Capitalismul moral. Reconcilierea interesului privat cu binele public*. București, Curtea Veche.
- \* \* \* *Athenas Code*, International Public Relations Association - <http://www.ipra.org/about/ipra-codes>.
- \* \* \* *Code of Ethics*, American Advertising Federation - <http://int.search.myway.com/search/GGmain.jhtml?pn=1&queryTerm=American+Advertising+Federation&cb=Z7&p2=%5EZ7%5Ept952%5ETTAB02%5Ero&qid=e621d0f1e0344936be4635e6b5c12da1&n=781b8ddd&ptb=CD8128DF-B6A6-451F-80CF-91679765A919&si=008992957&pg=GGmain&ss=sub&st=tab&searchfor=American+Advertising+Federation+Code+of+Ethics&tr=jre10&ots=1447331274365>.
- \* \* \* *Codul de practică profesională în relații publice*, Asociația Română de Relații Publice - <http://arrp.eu>.
- \* \* \* *Codul de practică în publicitate*, Consiliul Român pentru Publicitate - <https://www.rac.ro/home>.
- \* \* \* Definiții pentru „etic”, „etică”, *DEX OnLine. Dicționare ale limbii române* - <http://dexonline.ro/>

[search.php?cuv=etică](http://search.php?cuv=etică).

\* \* \* „Global Protocol on Public Relations Protocol – Summer 2002”, în *Public Relations. Contemporary issues and rechniques*, London, ELSEVIER, pp. 410- 412.

\* \* \* „IPRA Code of Conduct”, în Paul Bains, John Egan, Frank Jeffkins, în *Public Relations. Contemporary issues and rechniques*, London, ELSEVIER, pp. 391- 409.

\* \* \* *Code of Professional Standards for the Practice of Public Relations*, Public Relations Society of America - [https://www.prsa.org/ AboutPRSA/Ethics/CodeEnglish/index.html#](https://www.prsa.org/AboutPRSA/Ethics/CodeEnglish/index.html#).

\* \* \* Reporterii fără frontiere (f.a.), *Ghidul jurnalistului pentru perioada electorală*; trad. necunoscut.

\* \* \* Responsabilitate socială. *Companii responsabile în România, studii de caz și know-how despre CSR*. <http://www.responsabilitatesociala.ro/>

\* \* \* Rezoluția Consiliului referitoare la Cartea Verde privind responsabilitatea socială a societăților comerciale 2002/C 86/03

\* \* \* Rezoluția Consiliului privind responsabilitatea socială a societăților comerciale 2003/C 39/02 publicată în Jurnalul Oficial C 39.

8.2. Seminar/laborator	Metode de predare	
1. Introducere în Etică	Studii de caz prezentate și analizate critic de studenți. Discuții pro și contra pe spețe.	
2. Probleme etice versus dileme etice	Studii de caz prezentate și analizate critic de studenți. Discuții pro și contra pe spețe.	
3. Valori morale versus conținut comunicațional	Studii de caz prezentate și analizate critic de studenți. Discuții pro și contra pe spețe.	
4. Limitele etice ale mesajului publicitar	Studii de caz prezentate și analizate critic de studenți. Discuții pro și contra pe spețe.	
5. Limite etice ale utilizării sexualității în comunicarea socială	Studii de caz prezentate și analizate critic de studenți. Discuții pro și contra pe spețe.	
6. Discurs politic, manipulare, persuasiune și etică	Studii de caz prezentate și analizate critic de studenți. Discuții pro și contra pe analiza spețelor.	
7. Responsabilitatea socială	Studii de caz prezentate și analizate critic de studenți. Discuții pro și contra pe spețe.	

### **Bibliografie:**

Campania de comunicare a asociatiilor pro-maidanezi in septembrie 2013

Momentul "T. Basescu plange" din campania electorala din 2004

Campania de comunicare a RMGC in perioada august-octombrie 2013

Campania de comunicare a Finlandei, Norvegiei si Statelor Unite ale Americii privind atacul cu arme chimice din Siria din luna august 2013. (Surse: <http://www.regeringen.se/content/1/c6/22/28/32/9396c6a8.pdf>)

Linkedin si 'privacy'. Declaratia lui Reid Hoffman la Davos in 2011 (Sursa: <http://www.cenedella.com/privacy-is-for-old-people-says-linked-in-founder/>)

Comunicarea de criza in institutiile publice: momentul "Tiganca imputita"

Reclama Unicredit - BAC-ul - Fiica repeta anul - Puncte slabe - Hortensia Papadat Bengescu

Seria de reclame Lindab - "Ce-ai facut cu banii?"

Campania "Human Meat Packages" derulata de Peta

Reclama "UNHATE" a companiei United Colors of Benetton

Reclama "Mormon" pentru AXE

Campania "Lolita" pentru Lee Jeans din 2006 (Surse: <http://www.theage.com.au/news/national/lees-lolita-ok/2006/10/04/1159641365538.html>; <http://www.flickr.com/photos/duetg/tags/lee/>)

Reclama "It'll blow your mind" a celor de la Burger King (Sursa: <http://www.examiner.com/article/burger-king-oral-sex-ad>)

Mesajul de constientizare rulat de CNA "Nu-ti lasa copilul sa fie educat de televizor" (Sursa: <http://www.youtube.com/watch?v=WsPzEmnaSkQ>)

Seria de reclame "Casa de copii nu este acasa" (Surse: [http://www.iqads.ro/ad\\_3093](http://www.iqads.ro/ad_3093))

Reclama pentru apa Carpatina - "Ciurlau, Golazzo la terasa"

Cand un CEO da publicitatii informatii sensibile fara sa-si dea seama - Cazul Luis Vutton, 2012 (Sursa: <http://www.youtube.com/watch?v=pHGqqjQFAjA>)

Aqua Carpatina, reclama inselatoare si comportamentul anticoncurential (Surse: <http://www.youtube.com/watch?v=4kijoGyxLdY>; <http://bogdananghelina.ro/legea-apei-amenintarea-concurentei/>; <http://www.dcnews.ro/2010/12/antireclama-si-dezinformare-aqua-carpatica-contine-nitrati-ascunsi-prin-schimbarea-unitatii-de-masura-au-schimbam-miligramele-cu-procentele/>; <http://insulaindoielii.wordpress.com/2012/04/08/nitrati-si-manipulare/>; <http://training-vanzari.ro/2012/04/aqua-carpatica-sau-cum-se-vinde-in-romania-pe-frica/>)

Reclama Nike "I'm the Bullet in the Chamber" (Sursa: <http://www.paginademedia.ro/2013/02/video-reclama-nike-im-the-bullet-in-the-chamber-cu-oscar-pistorius-retrasa-de-pe-site-ul-sportivului/>)

Farsa "A Gay Girl in Damascus" si preluarile presei (Surse: [http://en.wikipedia.org/wiki/Amina\\_Abdallah\\_Arraf\\_al\\_Omari](http://en.wikipedia.org/wiki/Amina_Abdallah_Arraf_al_Omari); <http://edition.cnn.com/2011/WORLD/meast/06/13/syria.blogger/>;

Applebee si chitanta buclucasa (Sursa: <http://www.ibtimes.co.uk/applebee-s-restaurant-pr-nightmare-receipt-chelsea-431575>)

KitchenAid si bunica lui Obama (Sursa: <http://www.melissaagnescrisismanagement.com/kitchenaid-an-excellent-example-in-social-media-crisis-communications/>)

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

- Există o presiune majoră din partea opiniei publice și angajatorilor ca specialiștii în comunicare să conștientizeze mult mai bine probleme de natură etică cu care se confruntă domeniul lor și să acționeze conform celor mai înalte standarde morale aplicabile.
  - Literatura de specialitate utilizată în elaborarea cursului și pregătirii seminariilor sunt de actualitate și reprezintă unele dintre cele mai importante titluri din domeniu.
  - Cadrele didactice dețin publicații și susțin comunicării științifice și pentru profesioniștii în comunicare în domeniul de referință, i.e., etică aplicată.

## 10. Evaluare

Tip de activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4 Curs/Examen	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. Poate oferi pentru o speță dată o poziție etică proprie bazată pe o analiză critică a faptelor.	- Examen scris.	50%
10.5 Seminar	Are abilitatea de a identifica și a prezenta în mod coerent și consistent o problemă de natură etică. Folosește terminologia de specialitate în mod corect. Are cunoștințe cu privire la temele aduse în discuție în cadrul cursului. Contribuie cu argumente pro și	- Prezentarea de studii de caz - Cercetare primară realizată individual acasă. - Contribuție activă în cadrul discuțiilor de seminar.	50%

	contra la analiza critică a studiilor de caz.		
<b>10.6. Standard minim de performanță</b>			
- Minim nota 5 la seminar; prezență de minimum 50% la seminar drept condiție sine-qua-non și cel puțin o contribuție activă la discuțiile de seminar; redactarea corectă a eseului pentru seminar, cu identificarea problemei de natură etică, fără a realiza și o solidă analiză critică a faptelor descrise.			

Data completării

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

24.09.2020

Data avizării în departament

Semnătura directorului de departament

30.09.2020

.....

## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Școala Națională de Studii Politice și Administrative
1.2 Facultatea / Departamentul	Facultatea de Comunicare și Relații Publice
1.3 Departamentul	Comunicare
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii	Universitar de licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	Comunicare și Relații Publice

### 2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	<b>Evaluarea performanțelor resurselor umane</b>						
2.2 Titularul activităților de curs	Lector univ. dr. Carmen Novac						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lector univ. dr. Carmen Novac						
2.4 Anul de studiu	3	2.5 Semestrul	1	2.6 Tipul de evaluare	V	2.7 Regimul disciplinei	DC, Opt.

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2 curs	1	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	14	3.6 seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp					Ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					30
Documentare suplimentară în bibliotecă virtuală, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					33
Tutoriat					
Pregătire examinări					
Alte activități.....					
<b>3.7 Total ore studiu individual</b>	83				
<b>3.8 Total ore din planul de învățământ</b>	42				
<b>3.9 Total ore pe semestru</b>	125				
<b>3.10 Numărul de credite</b>	5				

### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	• Nicio disciplină nu este obligatorie
4.2 de competențe	• Cursul este destinat studenților din anul III studii universitare

### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	• Sală de curs cu videoproiector/ platformă online ZOOM
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	• Sală de seminar/cu videoproiector/ platformă online ZOOM

### 6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	1. Cunoaștere și înțelegere ( <i>cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei</i> ) <ul style="list-style-type: none"> <li>• să identifice în mod corect rolul resursei umane în viața organizației;</li> <li>• să stabilească metodele adecvate de evaluare a performanțelor profesionale;</li> <li>• să identifice în mod corect instrumentele specifice evaluării;</li> <li>• să utilizeze metodele potrivite de evaluare a performanțelor profesionale pentru angajații diverselor companii;</li> <li>• să comunice în mod eficient cu membrii organizației pentru realizarea evaluării angajaților.</li> </ul>
	2. Explicare și interpretare ( <i>explicarea și interpretarea unor idei, proiecte, procese, precum și a conținuturilor teoretice și practice ale disciplinei</i> ) <ul style="list-style-type: none"> <li>• poate analiza rolul evaluării performanțelor profesionale în procesele specifice resurselor umane;</li> <li>• identifică și analizează metodele de realizare a evaluărilor de performanțe profesionale;</li> <li>• poate proiecta un experiment privind sistemele de evaluare a performanțelor;</li> <li>• poate utiliza cu succes metoda centrului de dezvoltare.</li> </ul>

	<p>3. Instrumental - aplicative (<i>proiectarea, conducerea și evaluarea activităților practice specifice: utilizarea unor metode, tehnici și instrumente de investigare și de aplicare</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• studenții pot realiza individual un proiect de cercetare care să pună în evidență rolul stabilirii criteriilor în evaluarea performanțelor profesionale în organizații;</li> <li>• cunosc valoarea elementelor componente ale managementului performanței;</li> <li>• sunt antrenați în exerciții care urmăresc creșterea competenței în evaluarea performanțelor profesionale pentru angajaților.</li> <li>• studenții învață să elaboreze propriile instrumente care măsoară performanța profesională pe baza competențelor specifice activității derulate.</li> </ul>
	<p>4. Atitudinale (<i>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</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• studenții sunt familiarizați cu etapele necesare aplicării evaluărilor de performanțelor profesionale;</li> <li>• cunosc valoarea aplicării corecte a procedurilor de realizare specifice proceselor de management al performanțelor;</li> <li>• sunt analizate metode de ultimă oră aplicate în evaluarea performanțelor profesionale pentru angajaților.</li> </ul>
Competențe transversale	<p>Prin participarea la cursurile acestei materii, studenții vor dobândi următoarele cunoștințe și abilități specifice:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• să gestioneze bugete de evaluarea performanțelor profesionale;</li> <li>• să gestioneze potențiale conflicte funcție de cultura și climatul organizației în care funcționează echipa supusă procesului de evaluare;</li> <li>• să motiveze membrii echipei funcție de etapa de dezvoltare a proiectului de evaluare de performanțe.</li> </ul>

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	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 precede evaluările angajaților. Este tratată, de asemenea, evaluarea prin metoda centrelor de dezvoltare.
7.2 Obiectivele specifice	Acumularea de cunoștințe în domeniul analizei postului, evaluării 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. De asemenea, dezvoltarea competențelor necesare viitorilor specialiști în elaborarea instrumentelor și derularea proceselor de evaluar.

### 8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
Cursul 1. Evaluarea performanțelor. Sistemul de evaluare în Europa și România	Prezentarea online a conținutului cursului pe platforma ZOOM. Incarcarea prezentarilor si temelor de seminar pe platforma resurse.snsa.ro	
Cursul 2. Evoluția aprecierii performanțelor profesionale.	Prezentarea online a conținutului cursului pe platforma ZOOM. Incarcarea prezentarilor si temelor de seminar pe platforma resurse.snsa.ro	
Cursul 3. Ciclul de gestionare a procesului de evaluare. Scopurile/obiectivele evaluării performanțelor	Prezentarea online a conținutului cursului pe platforma ZOOM. Incarcarea prezentarilor si temelor de seminar pe platforma resurse.snsa.ro	
Cursul 4. Clasificarea, prezentarea metodelor și tehnicilor de	Prezentarea online a conținutului	

evaluare actuale. Surse de erori	cursului pe platforma ZOOM. Incarcarea prezentarilor si temelor de seminar pe platforma resurse.snspsa.ro	
Cursul 5. Evaluarea bazată pe competențe. Considerații generale asupra Centrelor de evaluare	Prezentarea online a conținutului cursului pe platforma ZOOM	
Cursul 6, Evaluarea cu sursă multiplă (180 de grade, 360 grade, 720 de grade). Interviu de evaluare	Prezentarea online a conținutului cursului pe platforma ZOOM. Incarcarea prezentarilor si temelor de seminar pe platforma resurse.snspsa.ro	
Cursul 7. Evaluare prin obiective. Elaborarea instrumentelor de evaluare	Prezentarea online a conținutului cursului pe platforma ZOOM. Incarcarea prezentarilor si temelor de seminar pe platforma resurse.snspsa.ro	

#### **Bibliografie:**

- 1) Price, Alan. *Human Resource Management in a Business Context*. 3rd Edition London: Thomson Learning. 2007
- 2) Dessler, G. *Human Resource Management*, London:Prentice Hall, Pearson Education International, Ninth Edition. 2003
- 3) Pânișoară, Ion, Pânișoară, Georgeta, *Managementul resurselor umane*, București, Ed. Polirom, 2016.
- 4) Pitariu, Horia. *Proiectarea fișelor de post. Evaluarea posturilor de muncă și a personalului. Ghid practic pentru manageri*. Bucuresti Ed. IRECSO, 2004.
- 5) Pitariu, Horia. *Managementul resurselor umane. Evaluarea personalului*. Bucuresti. Ed. All. 2000.
- 6) Armstrong, Michael. *Managementul Resurselor Umane: manual de practică*. Bucuresti. Ed. Codex. 2003.
- 7) Carmen, Novac, *Influența globalizării asupra managementului resurselor umane*, București, Editura Printech. 2011.
- 8) Carmen Novac, *Managementul personalului – între necesitate și realitate*, Bucuresti, Editura Tritonic, 2013.
- 9) Carmen Novac, *Evaluarea în managementul resurselor umane. Trecut, prezent și viitor* Bucuresti, Editura Tritonic, 2016.
- 10) Verboncu , Ion (coordonator), *Management. Eficiență, eficacitate, eficiență, performanță*,București, Ed. Universitară, 2018.
- 11) Okolocha, Chizoba Bonaventure. “Effect of Management by Objectives (MBO) on Organizational Productivity of Commercial Banks in Nigeria” *International Journal of Trend in Scientific Research and Development (IJTSRD)* Volume 4 Issue 5, July-August 2020: www.ijtsrd.com e-ISSN: 2456 – 6470
- 12) Patil, A., Dalvi, C.S. 720 Degree Performance Appraisal Systems. *International Journal of Trend in Scientific Research and Development* 2019.Disponibil Online: www.ijtsrd.com e-ISSN: 2456 - 6470 ([https://www.researchgate.net/publication/333712834\\_720\\_Degree\\_Performance\\_Appraisal\\_Systems](https://www.researchgate.net/publication/333712834_720_Degree_Performance_Appraisal_Systems))

<b>8. 2 Seminar/laborator</b>	Metode de predare	Observații
Seminarul 1. Prezentarea portofoliului de teme destinate evaluării finale	Prezentarea online a conținutului seminarului pe platforma ZOOM. Încărcarea modelelor si temelor de seminar pe platforma resurse.snspsa.ro	
Seminarul 2- Reprezentarea meseriilor Realizare Fișe de post	Prezentarea online a conținutului seminarului pe platforma ZOOM. Incarcarea modelelor si temelor de seminar pe platforma resurse.snspsa.ro	
Seminarul 3- Stabilirea etapelor procesului de evaluare a performanțelor, pentru organizația din proiectul fiecărei echipe; procedură de evaluare.	Prezentarea online a conținutului seminarului pe platforma ZOOM. Incarcarea modelelor si temelor de seminar pe platforma resurse.snspsa.ro	
Seminarul 4- Elaborarea instrumentelor de evaluare a performanțelor;	Prezentarea online a conținutului seminarului pe platforma ZOOM. Incarcarea modelelor si temelor de seminar pe platforma resurse.snspsa.ro	
Seminarul 5- Studiu de caz: organizarea unui centru de dezvoltare pentru pozițiile manageriale din cadrul departamentelor suport.din proiectele de echipa	Prezentarea online a conținutului seminarului pe platforma ZOOM. Incarcarea modelelor si temelor de seminar pe platforma resurse.snspsa.ro	
Seminarul 6- Elaborare joc assessment center	Prezentarea online a conținutului seminarului pe platforma ZOOM. Incarcarea modelelor si temelor de	

	seminar pe platforma resurse.snsa.ro	
Seminarul 7-Elaborare glosar de termeni	Prezentarea online a conținutului seminarului pe platforma ZOOM. Incarcarea modelelor si temelor de seminar pe platforma resurse.snsa.ro	
<b>Bibliografie:</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Carmen Novac, “Evoluția sistemului de evaluare a performanțelor profesionale”. <i>Revista romana de comunicare si relatii publice</i>, vol.10, 2007, pp. 243-295.</li> <li>2. Carmen Novac, “Evoluții în domeniul managementului resurselor umane sub impactul globalizării”, <i>Revista româna de comunicare și relații publice</i>, vol. 12, 2008. pp.137-149.</li> <li>3. Carmen Novac, „Les provocations de la globalisation et le role des ressources humaines. Vers ou on se dirige?” <i>Proceedings of the International Conference Education, Research and Innovation</i>, 2008.</li> <li>4. Carmen Novac, “Changements induits par la crise économique dans les fonction du management des ressources humaines en roumanie”, <i>International Conference Globalization and Changing Patterns in the Public Sphere</i>. 2010.</li> <li>5. *** <i>Consilier – Managementul resurselor umane</i>. București. Ed. Rentrop &amp; Straton 2011.</li> <li>6. Cole, Gerald A. <i>Managementul Personalului</i>. Editura Codecs. 2000</li> <li>7. George C.Thorton III, Deborah E. Rupp. <i>Assessmen Centers in Human resource Management</i> LEA London. 2006</li> <li>8. Islam, Hasibul et al. “The effect of management by objectives on performance appraisal and employee satisfaction in commercial banks”. <i>European Journal of Business and Management</i>, vol. 12, issue 20, 2020, pp. 15-19.</li> <li>9. Muharlisiani et al. “Public Relations Management Through Management By Objective”, <i>International Journal of Scientific &amp; Technology research</i>, vol. 8, issue 10, 2019. p. 1993;</li> <li>10. Jack Zenger, J. F. <i>What Makes a 360-Degree Review Successful?:</i> <a href="https://hbr.org/2020/12/what-makes-a-360-degree-review-successful">https://hbr.org/2020/12/what-makes-a-360-degree-review-successful</a></li> </ol>		

### 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 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 seminariile online 50% ( 3 prezențe).	- lucrări practice la seminar / realizare portofoliu teme de seminar în echipă.	70
		- realizare referat individual	30
10.6 Standard minim de performanță:			
Realizarea în proporție de 50% a temelor de seminar și depunerea referatului individual ( la data programată pentru restanță).			

Data completării

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

24.09.2020

.....

.....

Data avizării în departament

Semnătura directorului de departament

30.09.2020

.....



## FIȘA DISCIPLINEI

### Filosofia comunicării

#### 1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Școala Națională de Studii Politice și Administrative
1.2. Facultatea	Facultatea de 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	Filosofia comunicării						
2.2. Titularul activităților de curs	Prof. univ. dr. Vasile Macoviciuc						
2.3. Titularul activităților de seminar	Prof. univ. dr. Vasile Macoviciuc						
2.4. Anul de studiu:	I	2.5. Semestrul	I	2.6. Tipul de evaluare	V	2.7. Regimul disciplinei	DS, Opt.

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar/laborator	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5. curs	28	3.6. seminar/laborator	28
<b>Distribuția fondului de timp</b>					<b>Ore</b>
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					20
Tutoriat					9
Examinări					-
Alte activități: susținere de prezentări, simulări, jocuri etc.					-
3.7. Total ore studiu individual					69
3.8. Total ore din planul de învățământ					56
3.9. Total ore pe semestru					125
3.10. Numărul de credite					5

#### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Nu este cazul.
4.2. de competențe	Abilități de lectură critică a unor texte de dificultate medie; abilități minime de redactare.

#### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Sală echipată cu videoproiector.
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	Sală de seminar potrivită lucrului în echipă (minim 30 de locuri).

## 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p><b>1. Cunoaștere și înțelegere</b></p> <p>1.1 Înțelegerea unor concepte filosofice fundamentale din ariile relevante ale disciplinei (hermeneutică, filosofia limbajului, epistemologie, etică);</p> <p>1.2 Cunoașterea opțiunilor teoretice majore din domeniu (curente, autori, opere);</p> <p>1.3 Înțelegerea importanței repertoriului conceptual al filosofiei ca unealtă a gândirii critice.</p>
	<p><b>2. Explicare și interpretare</b></p> <p>2.1 Analiza situațiilor de comunicare cu ajutorul aparatului teoretic furnizat de modelele studiate;</p> <p>2.2 Identificarea dimensiunilor problematice ale teoriilor și modelelor studiate;</p> <p>2.3 Situarea problematicei comunicării în context extins (dimensiuni etice, de cunoaștere, de interpretare etc.);</p> <p>2.4 Identificarea limitelor explicative ale teoriilor studiate și raportarea critică la contextul cultural și istoric al acestora.</p>
	<p><b>3. Instrumental-aplicative</b></p> <p>3.1 Gândire critică și reflexivă;</p> <p>3.2 Abilități analitice și interpretative;</p> <p>3.3 Abilități de argumentare;</p> <p>3.4 Abilități de soluționare a dezacordurilor și de lucru în echipă.</p>
	<p><b>4. Atitudinale</b></p> <p>4.1 Deschidere către dialog;</p> <p>4.2 Conștientizarea rolului evaluării etice a situațiilor de comunicare;</p> <p>4.2 Conștientizarea importanței valorilor epistemice în studiul fenomenelor sociale.</p>
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Argumentarea soluțiilor alese în situațiile de decizie.</li> <li>• Analiza critică a propriilor puncte de vedere și a argumentelor propuse de alte persoane.</li> <li>• Aprecierea și rezolvarea unor situații problematice respectând anumite norme deontologice.</li> <li>• Autoevaluarea critică a propriilor performanțe intelectuale și profesionale, nevoi de dezvoltare, prejudecăți etc.</li> </ul>

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lărgirea orizontului de cultură generală; întemeierea filosofică și unificarea valorică a cunoștințelor și atitudinilor;</li> <li>• Familiarizarea - mai ales prin frecventarea unei bibliografii - cu marile direcții actuale de reflecție asupra omului, științei, limbajului și comunicării;</li> <li>• Asimilarea unor rigori ale limbajului teoretic; cunoașterea celor mai noi paradigme filosofice și științifice ale comunicării;</li> <li>• Clarificarea unor principii menite să faciliteze asimilarea disciplinelor specializate în investigarea științifică a problemelor/realităților socio-culturale, umane și comunicaționale contemporane.</li> </ul>
7.2. Obiective specifice	<p>La finalul cursului, studenții trebuie să fie capabili să :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• recunoască unele probleme filosofice clasice (exemple: acțiunea dreaptă, sensul existenței) și să înțeleagă însemnătatea acestora, precum și argumentele care vizează aceste probleme;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• înțelege diferențele dintre abordările fundamentale ale problemei semnificației ;</li> <li>• explice diferențele dintre strategiile explicative specifice științelor sociale, respectiv celor ale naturii ;</li> <li>• înțelege diferențele dintre marile concepții epistemologice și să aplice distincțiile respective în situații noi;</li> <li>• înțelege diferențele dintre marile concepții etice și să aplice distincțiile respective în situații noi.</li> </ul>
--	--

## 8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Observații
1. Filosofia și problema condiției umane	Prelegere.	
2. Friedrich Nietzsche: critica metafizicii și criza sensului	Prelegere.	
3. Existențialismul – sinteză	Prelegere.	
4. Existențialismul - Søren Kierkegaard	Prelegere.	
5. Psihanaliza	Prelegere.	
6. Strategii teoretico-metodologice I: structuralism și semiotică	Prelegere.	
7. Strategii teoretico-metodologice II: hermeneutică	Prelegere.	
8. Explicație și înțelegere	Prelegere.	
9. De la empirismul englez la pragmatismul American.	Prelegere.	
10. Noțiuni de epistemologie	Prelegere.	
11. Noțiuni de filosofia limbajului. Wittgenstein	Prelegere.	
12. Teoria actelor de vorbire	Prelegere.	
13. Noțiuni de etică I	Prelegere.	
14. Noțiuni de etică II	Prelegere.	

### Bibliografie

#### I. Bibliografie primară (această listă de 10 lucrări în limba română se regăsește în syllabus)

- Aristotel. (1998). *Etica Nicomahică*. București: Editura Științifică și Enciclopedică.
- Flonta, M. (1994). *Cognitio. O introducere critică în problema cunoașterii*. București: ALL.
- Freud, S. (2010). *Opere Esențiale. Introducere în psihanaliză* (Vol. I). București: Editura Trei.
- Gadamer, H.-G. (2001). *Adevăr și metodă*. București: Teora.
- Kierkegaard, S. (1999). *Boala de moarte*. București: Humanitas.
- Macoviciuc, V. (2002). *Filosofie*. București: comunicare.ro.
- Macoviciuc, V. (2015). *Filosofia și experiența sensului*. București: Paideia.
- Nietzsche, F. (2015). *Dincolo de bine și de rău*. București: Humanitas.
- Popper, K. R. (2001). *Conjecturi și infirmări*. București: Editura Trei.
- von Wright, G. H. (1995). *Explicație și înțelegere*. București: Humanitas.

#### II. Bibliografie orientativă

- Baker, G. P., & Hacker, P. M. S. (2005). *Wittgenstein: Understanding and Meaning: Volume 1 of an Analytical Commentary on the Philosophical Investigations, Part II: Exegesis 1-184*. Malden: Blackwell.
- Baker, G. P., & Hacker, P. M. S. (2008). *Wittgenstein: Understanding and Meaning: Volume 1 of an Analytical Commentary on the Philosophical Investigations, Part I: Essays*. Malden: Blackwell.
- Bertram, E. (1998). *Nietzsche. Încercare de mitologie*. București: Humanitas.
- Davey, N. (2012). *Unquiet Understanding: Gadamer's Philosophical Hermeneutics*. New York: State University of New York Press.
- Hannay, A., & Marino, G. D. (Eds.). (1998). *The Cambridge Companion to Kierkegaard*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Lycan, W. G. (2012). *Philosophy of Language: A Contemporary Introduction*. New York: Routledge.
- MacIntyre, A. (2003). *A Short History of Ethics: A History of Moral Philosophy from the Homeric Age to the 20th Century*. New York: Routledge.
- Martinich, A. (Ed.). (2001). *The Philosophy of Language*. Oxford: Oxford University Press.
- Moser, P. K. (Ed.). (2005). *The Oxford Handbook of Epistemology*. Oxford: Oxford University Press.
- Nagel, T. (1996). *Veșnice întrebări*. București: ALL.
- Rosenberg, A. (2015). *Philosophy of Social Science*. Boulder, CO: Westview Press.

<p>Russell, B. (2004). <i>Problemele filosofiei</i>. București: ALL.</p> <p>Searle, J. R. (1969). <i>Speech Acts: An Essay in the Philosophy of Language</i>. Cambridge: Cambridge University Press.</p> <p>Shields, C. (Ed.). (2008). <i>The Blackwell Guide to Ancient Philosophy</i>. Malden: Blackwell.</p> <p>Solomon, R. C. (2005). <i>Existentialism</i>. Oxford: Oxford University Press.</p> <p>Weinert, F. (2009). <i>Copernicus, Darwin and Freud: Revolutions in the History and Philosophy of Science</i>. Malden: Wiley-Blackwell.</p> <p>Williams, B. (2012). <i>Morality: An Introduction to Ethics</i>. Cambridge: Cambridge University Press.</p>		
<b>8.2. Seminar/laborator</b>	<b>Metode de predare</b>	<b>Observații</b>
1. Seminar introductiv. Prezentarea tematicii și a modalității de evaluare. Bibliografie și resurse. Platon - „Apărarea lui Socrate”.	Prezentare. Analiză de text; discuție critică; feedback.	
2. F. Nietzsche. Fragmente din <i>Amurgul idolilor, Dincolo de bine și de rău, Genealogia moralei</i> .	Analiză de text; discuție critică; feedback.	
3. A. Camus. Fragmente din <i>Mitul lui Sisif</i> .	Analiză de text; discuție critică; feedback.	
4. Robert Ferguson – <i>Lecții de viață de la Kierkegaard</i> .	Analiză de text; discuție critică; feedback.	
5. L. Wittgenstein. Fragmente din <i>Cercetări filosofice</i>	Analiză de text; discuție critică; feedback.	
6. J.L. Austin. Fragmente din <i>Cum să faci lucruri cu vorbe</i>	Analiză de text; discuție critică; feedback.	
7. William James – <i>Pragmatismul</i> , Editura Timpul, Iași, 2000.	Analiză de text; discuție critică; feedback.	
<p><b>Bibliografie (această listă acoperă strict textele discutate la seminar; vezi bibliografia orientativă de mai sus):</b></p> <p>Austin, J. L. (2005). <i>Cum să faci lucruri cu vorbe</i>. Pitești: Paralela 45.</p> <p>Camus, A. (2014). <i>Fața și reversul. Nunta. Mitul lui Sisif. Omul revoltat. Vara</i>. București: RAO.</p> <p>Grice, H. P. (1957). Meaning. <i>The Philosophical Review</i>, 377–388.</p> <p>Nietzsche, F. (2015). <i>Dincolo de bine și de rău</i>. București: Humanitas.</p> <p>Nietzsche, F. (2006). <i>Genealogia moralei</i>. București: Humanitas.</p> <p>Nietzsche, F. (2012). <i>Amurgul idolilor</i>. București: Humanitas.</p> <p>Platon. (1976). <i>Opere</i> (Vol. I). București: Editura Științifică și Enciclopedică.</p> <p>von Wright, G. H. (1995). <i>Explicație și înțelegere</i>. București: Humanitas.</p> <p>Wittgenstein, L. (2004). <i>Cercetări filozofice</i>. București: Humanitas.</p>		

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

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Disciplina este elaborată pe baza unor texte clasice și a unor studii de profil recente recunoscute internațional;</li> <li>• Abilitățile critice exersate și problemele filosofice discutate se înscriu în preocupările academice actuale din domeniile filosofiei, științelor sociale și din ariile conexe.</li> <li>• Abilitățile critice exersate sunt importante pentru activitățile academice și profesionale din domeniul comunicării;</li> <li>• Cele două cadre didactice au experiență în predarea disciplinelor filosofice.</li> </ul>
--

### 10. Evaluare

<b>Tip activitate</b>	<b>10.1. Criterii de evaluare</b>	<b>10.2. Metode de evaluare</b>	<b>10.3. Pondere din nota finală</b>
-----------------------	-----------------------------------	---------------------------------	--------------------------------------

Curs /Examen	Cunoștințe acumulate pe parcursul semestrului.	Test final	<b>50%</b>
Seminar	Gradul de implicare în activitatea de seminar.	Notare prezență, notare contribuții, teste intermediare	<b>50%</b>
	Abilitatea de a aplica cunoștințele acumulate în cadrul cursurilor.	Realizarea, individuală sau în echipă, a unor proiecte/eseuri la alegere	-
10.4 Standard minim de performanță:			
Prezența la cel puțin <b>patru seminarii</b> ; nota finală (media aritmetică ponderată a notelor de la seminar și de la examen, rotunjită).			

Data completării:

24.09.2020

Semnătura titularului de curs

Prof. univ. dr. Vasile Macoviciuc

Semnătura titularului de seminar

Data avizării în departament:

30.09.2020

Semnătura directorului de departament:

\_\_\_\_\_

## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Școala Națională de Studii Politice și Administrative
1.2. Facultatea	Comunicare și Relații Publice
1.3. Departamentul	Relații publice
1.4. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5. Ciclul de studii	Studii universitare de licență
1.6. Programul de studii/Calificarea	Comunicare și Relații Publice

### 2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	<b>Geopolitică și globalizare</b>						
2.2. Titularul activităților de curs	C.D.A. dr. Radu Enache						
2.3. Titularul activităților de seminar	C.D.A. dr. Radu Enache						
2.4. Anul de studiu:	II	2.5. Semestrul	I	2.6. Tipul de evaluare	Es	2.7. Regimul disciplinei	DS, Obl

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	4	din care: .... curs	2	3.3. seminar/laborator	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	56	din care: .....curs	28	3.6. seminar/laborator	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					20
Tutoriat					9
Examinări					
Alte activități....					
3.7. Total ore studiu individual					69
3.8. Total ore din planul de învățământ					56
3.9. Total ore pe semestru					125
3.10. Numărul de credite					5

### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Nicio disciplină nu este obligatorie
4.2. de competențe	Cursul este destinat studenților din anul II, specializarea Comunicare și Relații Publice

### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Sala de curs cu videoproiector
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	Sală de seminar potrivită lucrului în echipă

### 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>1. Cunoaștere și înțelegere (<i>cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Studentul se familiarizează cu teoriile, noțiunile și interpretările din domeniul geopoliticii;</li> <li>• Poate folosi în mod critic cunoștințele însușite;</li> </ul>
-------------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poate sesiza procesele și fenomenele geopolitice;</li> <li>• Cunoaște, din perspectivă istorică, principalele teme ale domeniului;</li> <li>• <i>Poate identifica și utiliza limbajul, metodologiile și cunoștințele de specialitate.</i></li> </ul>
	<p>2. Explicare și interpretare (<i>explicarea și interpretarea unor idei, proiecte, procese, precum și a conținuturilor teoretice și practice ale disciplinei</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Poate realiza analize ale fenomenelor geopolitice folosind teoriile și conceptele din domeniu.</li> <li>• Poate construi scenarii de evoluție a unei situații geopolitice pornind de la cunoștințele din curs.</li> <li>• Poate identifica în mod corect principalele tensiuni și surse de conflict în relațiile internaționale.</li> <li>• <i>Rezolvarea în mod realist - cu argumentare atât teoretică, cât și practică - a unor situații uzuale.</i></li> </ul>
	<p>3. Instrumental-aplicative (proiectarea, conducerea și evaluarea activităților practice specifice: utilizarea unor metode, tehnici și instrumente de investigare și de aplicare)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Face distincția între metodele și tehnicile de analiză științifică și cunoașterea comună sau abordarea jurnalistică;</li> <li>• Poate elabora, în temeiul unei teorii, un model de analiză a fenomenelor geopolitice, în vederea diagnosticării evoluției acestora.</li> <li>• Poate să operaționalizeze conceptele asociate fiecărei teme tratate în vederea construcției unor metode și tehnici de măsurare aplicabile la nivelul diferitelor unități de analiză.</li> <li>• <i>Descrierea tipurilor diferite de audiență / public implicate în comunicare</i></li> </ul>
	<p>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).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Însușirea neutralității specifice cercetătorului în proiectarea, derularea și implementarea unui proiect de analiză geopolitică.</li> <li>• Insuflarea atitudinii nediscriminatorii și detașate în relație cu obiectul de studiu.</li> <li>• <i>Identificarea și utilizarea elementelor specifice de deontologie și de responsabilitate socială</i></li> </ul>
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sunt analizate critic cercetări utile pentru înțelegerea generală a cunoașterii științifice în domeniul comunicării</li> <li>• Sunt discutate cercetări exemplare utile pentru dezvoltarea înțelegerii comportamentelor centrelor de putere și a liderilor politici</li> <li>• Sunt discutate aspecte deontologice care au valoarea generală pentru domeniul comunicării în geopolitică și relațiile internaționale</li> </ul>

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> <li>- transmiterea cunoștințelor despre principalele noțiuni și concepții din geopolitică și globalizare;</li> <li>- studiul principalelor tendințe în evoluția relațiilor geopolitice dintre societățile contemporane.</li> <li>- formarea aparatului conceptual specific disciplinei geopoliticii și relațiilor internaționale;</li> </ul> <p>Cursul promovează gândirea critică și convergentă, gândirea autocritică și divergentă, disponibilitate pentru dialog, interesul pentru interogația reflexivă, rigurozitate de gândire</p>
7.2. Obiective specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>- familiarizarea studenților cu limbajul de specialitate;</li> <li>- deprinderea cu lectura, critica și analiza lucrărilor din domeniu;</li> <li>- pregătirea studenților pentru a cunoaște și înțelege realitățile lumii actuale;</li> <li>- capacitatea de a sesiza fenomene și procese geopolitice și/sau ale globalizării;</li> <li>- explicarea unor fenomene, procese, evenimente globale;</li> <li>- interpretarea unor doctrine și a unor ideologii geopolitice</li> </ul>

	- realizarea unor conexiuni între cunoștințele, deprinderile și abilitățile dobândite prin studiul geopoliticii și aplicabilitatea lor în soluționarea și evaluarea unor situații concrete din domeniul comunicării și relațiilor publice.
--	--

## 8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Observații
1. Locul geopoliticii în câmpul disciplinelor socio-politice, istoric, actualitate și perspective	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Videoproiector necesar
2. Concepte fundamentale. Entitate politică, stat, putere, teritoriu, frontieră, enclavă, insularitate, „continental” și „maritim”, elemente de drept internațional public	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Videoproiector necesar
3. Concepte fundamentale. Populația, elemente de demografie, structurarea societăților. „Ecuția” puterii	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Videoproiector necesar
4. Școala geopolitică anglo-americană	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Videoproiector necesar
5. Școala geopolitică germană	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Videoproiector necesar
6. Europa de la 1945 la Tratatul de la Lisabona	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Videoproiector necesar
7. Uniunea Europeană – instituții și perspective	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Videoproiector necesar
8. Statele Unite ale Americii – o putere la apogeu	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Videoproiector necesar
9. Rusia – o putere în defensivă	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Videoproiector necesar
10. China – o putere în renaștere. Geopolitica Asiei	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Videoproiector necesar
11. Geopolitica și religia – Orientul Apropiat, Islamul, țările arabe și Israelul	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Videoproiector necesar
12. Globalizarea – fenomenul economic	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Videoproiector necesar
13. Globalizarea – fenomenul politic	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Videoproiector necesar
14. Globalizarea – fenomenul cultural	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Videoproiector necesar

### Bibliografie

1. Acemoglu, Daron, Robinson, James A. (2020). *Coridorul îngust. State, societăți și soarta libertății*, București, Editura Publica.
2. Burrows, Mathew (2016). *Viitorul deklasificat*, București, Litera International
3. Dobrescu, Paul (2004). *Geopolitica*, București, Editura comunicare.ro.
4. Dobrescu, Paul (2010). *Viclenia globalizării*, Iași, Editura Institutul European.
5. Dobrescu, Paul (2016). *Crizele de după criză*, București, Litera International
6. Gaddis, John Lewis (2020), *Despre marea strategie*, Iași, Editura Polirom.
7. Goldstein, Joshua S., Pevehouse, Jon C. (2008). *Relații internaționale*, Iași, Editura Polirom.
8. Harari, Yuval Noah (2016). *Sapiens*, Iași, Editura Polirom.
9. Jones, Andrew (2011). *Globalizarea*, Cluj Napoca, Editura CA Publishing.
10. Nye, Jr., Joseph S. (2012). *Viitorul puterii*, Iași, Editura Polirom.

Este obligatorie consultarea site-urilor [www.europa.eu](http://www.europa.eu), [www.un.org](http://www.un.org), [www.nato.int](http://www.nato.int) pentru schimbările recente și datele actualizate despre aceste organizații (state membre, structuri de conducere etc.). De asemenea, este obligatorie cunoașterea principalelor evenimente internaționale la zi.

8.2. Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Cum privim o hartă?	Discuții despre relațiile dintre geopolitică și alte discipline apropiate. Exerciții realizate în grup cu privire la analiza pe o hartă	
2. Câteva organizații internaționale: ONU, NATO, WTO, G20	Prezentarea și evoluția istorică a unor organizații internaționale	Videoproiector necesar
3. Cum interpretăm discursul știrilor internaționale?	Analiza unor declarații și/sau texte publice ale unor lideri sau centre de	Videoproiector necesar



	putere internațională	
4. Factorii analizei geopolitice	Prezentarea unei aplicații și lucrul în echipă pentru rezolvarea unor probleme	Videoproiector necesar
5. Populație, popor, etnie, națiune	Prezentarea relațiilor dintre aceste noțiuni în diverse contexte geopolitice	Videoproiector necesar
6. Democrație și economie de piață	Prezentarea unei aplicații și lucrul în echipă pentru rezolvarea unor probleme	Videoproiector necesar
7. Geopolitică și cultură – cultură de masă, bariere culturale, multiculturalism	Prezentarea unei aplicații și lucrul în echipă pentru rezolvarea unor probleme	Videoproiector necesar

### Bibliografie:

#### 1. Cum privim o hartă?

Dobrescu, Paul (2004). *Geopolitica*, București, Editura comunicare.ro.  
Kaplan, Robert D. (2013). *Răzbunarea geografiei*, București, Editura Litera International.  
Landes, David S. (2013). *Avuția și sărăcia națiunilor*, Iași, Editura Polirom.

#### 2. Câteva organizații internaționale: ONU, NATO, WTO, G20

Goldstein, Joshua S., Pevehouse, Jon C. (2008). *Relații internaționale*, Iași, Editura Polirom.  
[www.un.org](http://www.un.org), [www.nato.int](http://www.nato.int), [www.wto.org](http://www.wto.org)

#### 3. Cum interpretăm discursul știrilor internaționale?

Breton, Philippe (2006). *Manipularea cuvântului*, Iași, Editura Institutul European.  
Chang, Ha-Joon (2011). *23 de lucruri care nu ți se spun despre capitalism*, Iași, Editura Polirom.  
Dobrescu, Paul (2010). *Viclenia globalizării*, Iași, Editura Institutul European

#### 4. Factorii analizei geopolitice

Brzezinski, Zbigniew (2006). *Triada geostrategică*, București, Editura Historia.  
Dobrescu, Paul (2004). *Geopolitica*, București, Editura comunicare.ro.  
Gaddis, John Lewis (2020), *Despre marea strategie*, Iași, Editura Polirom.  
Kaplan, Robert D. (2013). *Răzbunarea geografiei*, București, Editura Litera International.  
Landes, David S. (2013). *Avuția și sărăcia națiunilor*, Iași, Editura Polirom.  
Nye, Jr., Joseph S. (2012). *Viitorul puterii*, Iași, Editura Polirom.  
Simileanu, Vasile (2010). *Geopolitică și centre de putere*, București, Editura Top Form.

#### 5. Populație, popor, etnie, națiune

Dungaciu, Dan (2004). *Națiunea și provocările (post)modernității*, București, Editura Tritonic.

#### 6. Democrație și economie de piață

Acemoglu, Daron, Robinson, James A. (2020). *Coridorul îngust. State, societăți și soarta libertății*, București, Editura Publica  
Chang, Ha-Joon (2011). *23 de lucruri care nu ți se spun despre capitalism*, Iași, Editura Polirom.  
Ferguson, Niall (2011). *Civilizația. Vestul și restul*, Iași, Editura Polirom.  
Landes, David S. (2013). *Avuția și sărăcia națiunilor*, Iași, Editura Polirom.  
Stiglitz, Joseph E. (2008). *Mecanismele globalizării*, Iași, Editura Polirom.

#### 7. Geopolitică și cultură – cultură de masă, bariere culturale, multiculturalism

Canton, James (2010). *Provocările viitorului*, Iași, Editura Polirom.  
Kennedy, Paul (2011). *Ascensiunea și decăderea marilor puteri*, Iași, Editura Polirom.  
Morris, Ian (2012). *De ce Vestul deține încă supremația și ce ne spune istoria despre viitor*, Iași, Editura Polirom.  
Ritzer, George (2010). *Globalizarea nimicului*, București, Editura Humanitas.  
Tomlinson, John (2002). *Globalizare și cultură*, Timișoara, Editura Amarcord.  
Burrows, Mathew (2016). *Viitorul declasificat*, București, Litera International.

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

- Disciplina este elaborată pe baza unor manuale și materiale cu caracter științific și recunoscute internațional

- Introducerea în geopolitică și globalizare, tratată în cadrul cursului și seminarelor, se înscrie în preocupările actuale în domeniul comunicării și relațiilor publice
- Titularul cursului predă această disciplină de mai mult de 5 ani. De asemenea, a realizat numeroase analize geopolitice și a scris mai multe cărți de specialitate.

#### 10. Evaluare

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
Curs /Examen	Cunoștințe de bază necesare analizei diferitelor aspecte ale realității sociale  - Capacitatea de a corela teorii și concepte din domeniul geopoliticii	Examenul final va cuprinde atât întrebări închise, de tip grilă, cât și întrebări deschise	50%
Seminar	- Capacitatea de a folosi concepte și teorii din geopolitică pentru a analiza aspecte ale realității lumii globale (în cadrul aplicațiilor individuale)	Nota la activitatea din timpul seminarului ia în considerare un proiect realizat individual pe o temă de specialitate și prezența activă din timpul seminarelor	50%
10.6. Standard minim de performanță: are cel puțin 6 prezențe la curs și 4 la seminar, are proiectul predat și minim 5 în nota obținută la examenul scris			

Data completării:  
24.09.2020

Semnătura titularului de curs  
CDA dr. Radu Enache

Semnătura titularului de seminar  
CDA dr. Radu Enache

Data avizării în departament:  
30.09.2020

Semnătura directorului de departament:

\_\_\_\_\_



### FIȘA DISCIPLINEI

#### 1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Școala Națională de Studii Politice și Administrative
1.2. Facultatea	Comunicare și Relații Publice
1.3. Departamentul	Relații publice
1.4. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5. Ciclul de studii	Studii universitare de licență
1.6. Programul de studii/Calificarea	Comunicare și Relații Publice

#### 2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Gestionarea crizelor de imagine						
2.2. Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Corina Buzoianu						
2.3. Titularul activităților de seminar	Conf. univ. dr. Corina Buzoianu Lector univ. dr. Monica Bîră						
2.4. Anul de studiu:	III	2.5. Semestrul	V	2.6. Tipul de evaluare	E	2.7. Regimul disciplinei	DF, Obl.

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

Număr de ore pe săptămână	4	din care: curs	2	seminar	1+1
Total ore din planul de învățământ	56	din care: curs	28	seminar	14+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					27
Tutoriat					3
Examinări					
Alte activități....					4
3.7. Total ore studiu individual					94
3.8. Total ore din planul de învățământ					56
3.9. Total ore pe semestru					150
3.10. Numărul de credite					6

#### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Nicio disciplină nu este obligatorie
4.2. de competențe	Cursul este destinat studenților din anul III Comunicare.

#### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Sala de curs cu videoproiector
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	Sală de seminar cu videoproiector

#### 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>1. Cunoaștere și înțelegere (cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice gestionării crizelor de imagine</li> <li>• cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice crizelor în mediul online</li> </ul>
	<p>2. Explicare și interpretare (explicarea și interpretarea unor idei, proiecte, procese, precum și a conținuturilor teoretice și practice ale disciplinei):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• explicarea modului de apariție și evoluție a crizelor;</li> <li>• explicarea complexității și specificului crizelor în funcție de realitatea organizațională;</li> <li>• explicarea tipurilor și a componentelor managementului situațiilor de criză;</li> <li>• interpretarea parametrilor crizei de imagine;</li> <li>• interpretarea probabilităților de apariție a crizei și a impactului probabil al acesteia;</li> <li>• interpretarea rolului mass-mediei în situațiile de criză.</li> </ul>
	<p>3. Instrumental-aplicative (proiectarea, conducerea și evaluarea activităților practice specifice: utilizarea unor metode, tehnici și instrumente de investigare și de aplicare):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în procesul de relații publice;</li> <li>• stabilirea elementelor de identitate ale organizației;</li> <li>• stabilirea tipului de criză și a tipului de management necesar pentru gestionarea crizei;</li> <li>• analiza crizelor din perspectiva rolului evenimentelor, a implicării actorilor, structurilor și mass-mediei;</li> <li>• asistență de specialitate în gestionarea comunicării de criză și/sau în medierea conflictelor de comunicare.</li> </ul>
	<p>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</p>

	<p>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):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• manifestarea unei atitudini pozitive și responsabile față de domeniul științific;</li> <li>• promovarea unui sistem de valori culturale, morale și civice;</li> <li>• valorificarea optimă și creativă a propriului potențial în activitățile științifice;</li> <li>• implicarea în dezvoltarea instituțională și în promovarea inovațiilor științifice;</li> <li>• angajarea în relații de parteneriat cu alte persoane - instituții cu responsabilități similare;</li> <li>• participarea la propria dezvoltare profesională.</li> </ul>
Competențe transversale	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rezolvarea în mod realist - cu argumentare atât teoretică, cât și practică - a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora;</li> <li>2. aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice.</li> </ol>

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

7.1. Obiectivele generale ale disciplinei	<p><b>Obiective generale ale cursului:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Familiarizarea studenților cu noțiunile și conceptele caracteristice gestionării crizelor în domeniul comunicării;</li> <li>2. Formarea deprinderilor practice de lucru în cadrul colectivelor destinate să gestioneze crize în cadrul organizațiilor.</li> </ol>
7.2. Obiective specifice	<p><b>Obiective specifice ale cursului:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cunoașterea modului de manifestare și de identificare a diferitelor tipuri de crize;</li> <li>2. Formarea deprinderilor practice de bază în gestionarea comunicării pe timpul crizelor de imagine;</li> <li>3. Formarea deprinderilor practice de bază în utilizarea tehnicilor specifice rezolvării crizelor de imagine.</li> </ol>

#### 8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Observații
1. Crizele în domeniul comunicării	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	
2. Tipologii ale crizelor	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	
3. Criza organizațională	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	
4. Criza mediatică & criza de comunicare	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	

5. Criza de imagine	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	
6. Analiza crizei (1)	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	
7. Analiza crizei (2)	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	
8. Rolul social media în criză	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	
9. Specificul crizelor în mediul online	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	
10. Comunicarea în situații de criză (1)	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	
11. Comunicarea în situații de criză (2)	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	
12. Planul de comunicare pe timpul crizei	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	
13. Strategii de comunicare pe timpul crizei	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	
14. Evaluarea crizei	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	

**Bibliografie:**

1. Akhgar, B., Staniforth, A., & Waddington, D. (2017). *Application of social media in crisis management*. Springer International Publishing.
2. Arpan, L. M., & Pompper, D. (2003). Stormy weather: Testing “stealing thunder” as a crisis communication strategy to improve communication flow between organizations and journalists. *Public Relations Review*, 29(3), 291-308.
3. Chiciudean, I., Țoneș, V. (2010). *Gestionarea crizelor de imagine*. București: comunicare.ro
4. Coombs, W. T. (2007). *Crisis Management and Communications*. <http://www.instituteforpr.org/topics/crisis-management-and-communications/>
5. Coombs, W. Timothy. (2015). *Ongoing Crisis Communication. Planning, Managing, and Responding* (second edition). Thousand Oaks, California: Sage Publications, Inc.
6. Coombs, W. T., & Laufer, D. (2018). Global crisis management—current research and future directions. *Journal of International Management*, 24(3), 199-203.
7. Diers-Lawson Audra (2020), *Crisis Communication. Managing Stakeholder Relationships*, London, Routledge.
8. Ulmer, R., Sellnow, T., Seeger, M. W. (2007). *Effective Crisis Communication: Moving From Crisis to Opportunity*. Thousand Oaks, California: Sage Publications, Inc.

8.2. Seminar/laborator	Metode de predare	
Organizarea seminariilor. Crizele în domeniul comunicării	Exerciții	
Tipologia crizelor. Analiza și răspunsul inițial la criză	Exerciții	
Criza organizațională	Studii de caz	
Analiza crizei – actori și implicarea mass-mediei	Predare și susținere lucrare	
Criza de comunicare și criza mediatică	Exerciții	
Criza de imagine. Comunicarea de criză	Exerciții	
Precizări privind examenul. Comunicarea rezultatelor de la seminar. Exerciții	Exerciții	

### **Bibliografie**

1. Austin, L. Jin, Y. (coord). (2018). *Social media and crisis communication*. New York: Routledge.
2. Boudier, Frederic; Slavin, David; Lofstedt, Ragnar (eds.). (2009). *The Tolerability of Risk: A New Framework for Risk Management*. London: Earthscan.
3. Bouzon, Arlette. (2006). *Comunicare în situații de criză*. București: Tritonic.
4. Chiciudean, Ion; David, George. (2011). *Managementul comunicării în situații de criză*. București: comunicare.ro
5. Coombs, W. T. (2007). *Crisis Management and Communications*.  
<http://www.instituteforpr.org/topics/crisis-management-and-communications/>
6. Dougherty, Jim. (2015). *6 Social Media “Musts” for Crisis Communication*.  
<http://www.cision.com/us/2015/06/6-social-media-musts-for-crisis-communication/>
7. Diers-Lawson Audra (2020), *Crisis Communication. Managing Stakeholder Relationships*, London, Routledge.

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

- Disciplina este elaborată pe baza unor manuale și materiale de cercetare din domeniu recunoscute internațional
- Majoritatea tematicilor tratate în cadrul cursului și seminariilor se înscriu în plaja de actualitate a nevoilor și intereselor de studiu și cercetare în domeniu
- Cadrele didactice dețin experiență didactică și de cercetare în domeniul de studiu căruia îi este circumscrisă disciplina *Gestionarea crizelor de imagine*

### 10. Evaluare

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
Examen	- cunoaștere și înțelegere;	Examen scris cu itemi deschiși și închiși	40%
Pe parcursul semestrului	- cunoaștere și înțelegere;	- Realizarea și prezentarea unei lucrări	60%

	- abilitatea de explicare și interpretare; - rezolvarea completă și corectă a cerințelor.	de echipă. - Rezolvarea unui exercițiu de simulare a crizei - Participarea la discuțiile din timpul semestrului și la mini-testele onlne.	
10.6. Standard minim de performanță:			
Cunoașterea principalelor concepte din instrumentarul teoretic al disciplinei; Abilitatea de a utiliza corect limbajul științific specific domeniului studiat; Minimum nota 5 la seminar; Elaborarea corectă a lucrării de echipă pe o tematică specifică domeniului studiat și susținerea testului de la seminar.			

Data completării: 24.09.2020

Semnătura titularului de curs  
Conf. univ. dr. Corina Buzoianu

Semnătura titularului de seminar

Data avizării în departament:  
30.09.2020

Semnătura directorului de departament:





## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Școala Națională de Studii Politice și Administrative
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	Studii universitare de licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	Comunicare și relații publice

### 2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	<b>Imaginea publică a liderilor și a instituțiilor politice</b>						
2.2 Titularul activităților de curs	Lector universitar dr. Sebastian Fitzek						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lector universitar dr. Sebastian Fitzek						
2.4 Anul de studiu	III	2.5 Semestrul	V	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	DS, Obl

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2 curs	1	3.3 seminar/laborator	3
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5 curs	14	3.6 seminar/laborator	42
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					20
Tutoriat					
Examinări					9
Alte activități.....					
3.7 Total ore studiu individual	69				
3.9 Total ore pe semestru	125				
3.10 Numărul de credite	5				

### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	<ul style="list-style-type: none"><li>Nu este cazul</li></ul>
4.2 de competențe	<ul style="list-style-type: none"><li>Cursul este destinat studenților din anul III de la specializările: Comunicare și Relații Publice, Publicitate.</li></ul>

### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none"><li>Dotarea sălii de curs cu videoproiector</li></ul>
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	<ul style="list-style-type: none"><li>Dotarea sălii de curs cu flipchart</li></ul>



## 6. Competențele specifice acumulate

<b>Competențe profesionale</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cunoașterea aspectelor teoretice ale conceptului de imagine</li> <li>• Cunoașterea conceptelor legate de lideri și liderologie</li> <li>• Realizarea distincțiilor între perspectivele teoretice prezentate</li> <li>• Cunoașterea unor teorii relevante pentru analiza liderologiei</li> <li>• Deprinderea gândirii critice cu privire la modul în care reprezentările politice despre putere și instituții se sedimentează în imaginarul social</li> </ul>
<b>Competențe transversale</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formarea unei atitudini deschise față de domeniile științifice apropiate de științele imaginii și ale comunicării</li> <li>• Aplicarea metodelor de analiză a imaginii a diferitelor personalități politice</li> <li>• Investigarea unor evenimente istorice cu impact asupra imaginii liderilor</li> <li>• Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii</li> <li>• Construcția imaginii unor personalități politice în perioada campaniilor electorale</li> <li>• Formarea unor atitudini civice, bazate pe necesitatea implicării sociale a specialiștilor în domeniile comunicării și ale imaginii publice și politice</li> </ul>

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Cursul își propune să abordeze dintr-o perspectivă multidisciplinară, imaginea publică și corolarul ei imediat, imaginea politică, așa cum s-au structurat ele în memoria socială de-a lungul timpului, ca sublimări ale reprezentărilor colective despre politic/politică. Analiza imaginii liderilor politici din istorie, geneza și evoluția instituțiilor politice, liderologia modernă, tipologii de lideri, studiul motivațiilor, al caracterului, al temperamentelor, etc., reprezintă cele mai importante structuri care au alcătuit acest curs. Într-un anumit fel, lucrarea este și rezultatul discuțiilor pasionate despre filosofia imaginii la cercul științific și la seminariile de profil cu valoroșii studenți de la Facultatea de Comunicare și Relații Publice. De aceea lucrarea se adresează tuturor studenților de la facultățile cu profil sociouman, precum și tuturor celor interesați de probleme imaginii și comunicării politice.
7.2 Obiectivele specifice	<ol style="list-style-type: none"> <li>Formarea unei atitudini pozitive și responsabile față de domeniul științific precum și formarea unui sistem de valori democratice pentru a ajunge cetățeni activi și responsabili.</li> <li>Însușirea principalelor noțiuni, teorii și concepte din domeniul vast al științelor imaginii.</li> <li>Promovăm interesul studentului pentru spațiul comunicării politice, către cercetare și mediul academic, stimulându-l să-și valorifice capacitatea de cunoaștere, de înțelegere și de adâncire a fenomenului social-politic pentru a-l ajuta în viitoarea sa carieră, ca specialist în comunicare și relații publice.</li> <li>Formarea abilităților de a prelucra un volum important de informație, în vederea sintetizării cu ușurință a acesteia;</li> <li>Perfecționarea abilităților de a redacta lucrări având caracter științific și, în subsidiar, de a utiliza aparatul critic.</li> </ol>

## 8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
Prelegerea 1: <u>Putere și imaginar politic</u>	Prelegere	
Prelegerea 2: <u>Imagini ale liderilor și instituțiilor politice în antichitate (Orientul Antic, Grecia și Roma)</u>	Prelegere	
Prelegerea 3: <u>Dogmă și imagine; religie și putere</u>	Prelegere	
Prelegerea 4: <u>Imaginea liderilor și instituțiilor politice în epoca modernă</u>	Prelegere	



Prelegerea 5: Ideologie și imagine	Prelegere	
Prelegerea 6: Modalități artistice de reflectare a imaginii politice	Prelegere	
Prelegerea 7: Personalitățile politice (liderul politic)	Prelegere	
<b>Bibliografie:</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Frigioiu, N. (2009). <i>Antropologie politică</i>, București: Editura Economică</li><li>2. Frigioiu, N. (2013). <i>Putere și Imaginar Politic</i>, București: Editura Tritonic</li><li>3. Frigioiu, N. (2014). <i>Lacrimi și durere, agresivitate și violență</i>, București: Editura Tritonic</li><li>4. Fitzek, S. (2020). <i>Sacrul și puterea politică. Abordări psihosociale ale imaginii colective</i>, București: Prouniversitaria</li><li>5. Jung, C.G. (1997). <i>Tipuri psihologice</i>, București: Humanitas</li></ol>		
<b>8. 2 Seminar/laborator</b>	Metode de predare	Observații
1. Imagine și imaginar (lucrări practice -exemple și discuții)	Dezbateri tematică, eseu/referat și evaluare continuă	
2. Valențele imagologice ale puterii	Dezbateri tematică, eseu/referat și evaluare continuă	
3. Tipul liderului politic ca personalitate istorică și culturală (lucrări practice - exemple și discuții)	Dezbateri tematică, eseu/referat și evaluare continuă	
4. Tipul liderului totalitar (lucrări practice -exemple și discuții)	Dezbateri tematică, eseu/referat și evaluare continuă	
5. Tipul liderului democratic (lucrări practice -exemple și discuții)	Dezbateri tematică, eseu/referat și evaluare continuă	
6. Tensiunea esențială a regimurilor politice moderne: Rege sau Președinte (lucrări practice -exemple și discuții)	Dezbateri tematică, eseu/referat și evaluare continuă	
7. Psihopatologiile politice (lucrări practice -exemple și discuții)	Dezbateri tematică, eseu/referat și evaluare continuă	
<b>Bibliografie:</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Imagine și imaginar FRIGIOIU, Nicolae, <i>Politologie și doctrine politice – Puterea imaginii și imaginii puterii</i>, București: Editura Tritonic, vol. II, Cap.1 Imaginea publică și imaginea politică. FITZEK, Sebastian, <i>Sacrul și puterea politică. Abordări psihosociale ale imaginii colective</i>, București: Prouniversitaria, Cap.1. Abordări psihosociale ale imaginii colective</li><li>2. Valențele imagologice ale puterii FRIGIOIU, Nicolae, <i>Politologie și doctrine politice – Puterea imaginii și imaginii puterii</i>, București: Editura Tritonic, vol. II, Cap.2. Puterea imaginii și fascinația puterii.</li><li>3. Tipul liderului politic ca personalitate istorică și culturală FRIGIOIU, Nicolae, <i>Politologie și doctrine politice – Puterea imaginii și imaginii puterii</i>, București: Editura Tritonic, vol. II, Cap.5 Imaginea liderilor și a instituțiilor politice în istoria României.</li><li>4. Tipul liderului totalitar FRIGIOIU, Nicolae, <i>Politologie și doctrine politice – Puterea imaginii și imaginii puterii</i>, București: Editura Tritonic, vol. II, Cap.7 Imaginea publică și ideologii politice în regimurile totalitare.</li><li>5. Tipul liderului democratic FRIGIOIU, Nicolae, <i>Politologie și doctrine politice – Puterea imaginii și imaginii puterii</i>, București: Editura Tritonic, vol. II, Cap. 9 Tipuri și tipologii de lideri politici.</li><li>6. Tensiunea esențială a regimurilor politice moderne: Rege sau Președinte FRIGIOIU, Nicolae, <i>Politologie și doctrine politice – Puterea imaginii și imaginii puterii</i>, București: Editura Tritonic, vol. II, Cap. 4 Monarhie sau republică; rege sau președinte?</li><li>7. Psihopatologiile politice FRIGIOIU, Nicolae, <i>Politologie și doctrine politice – Puterea imaginii și imaginii puterii</i>, București: Editura Tritonic</li></ol>		



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

Prin deprinderile dobândite, cursul oferă abilitățile necesare pentru formarea specialiștilor în comunicare și relații publice, astfel încât ei să poată răspunde cerințelor necesare la locul de muncă: crearea de imagine; portretul psihologic al viitorului lider politic; trăsăturile lui de personalitate; raportul dintre doctrină, ideologie și imaginea personalității politice. În cadrul seminariilor sunt aprofundate și detaliate informațiile adecvate la temele specifice, punându-se accent pe caracterul lor interactiv menit să formeze abilitățile practice ale studenților.

**10. Evaluare**

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Gradul de cunoaștere al noțiunilor, conceptelor și teoriilor referitoare la fundamentele științelor politice	Examen scris pe baza a trei subiecte generale din tematica cursurilor și a seminariilor – 6 pct. Un punct se acordă din oficiu – 1 pct.	70%
10.5 Seminar/laborator	Nivelul de prezență și implicare în activitățile din cadrul seminarului	Fișa de evaluare individuală a prezenței și a activităților din cadrul seminarului: - 1 pct;	30%
10.6 Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"><li>• Obținerea a cel puțin 2 puncte la examenul scris și susținerea unui referat/eseu la seminar.</li><li>• Participarea la minim 4 seminarii și 4 cursuri.</li></ul>			

Data completării

Semnătura titularului de curs și seminar

24.09.2020

Data avizării în departament

Semnătura directorului de departament

30.09.2020

.....



### FIȘA DISCIPLINEI

#### 1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Școala Națională de Studii Politice și Administrative
1.2. Facultatea	Facultatea de Comunicare și Relații Publice
1.3. Departamentul	Relații publice
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	<b>IMAGOLOGIE. IMAGINI ȘI SIMBOLURI ÎN COMUNICARE</b>						
2.2. Titularul activităților de curs	Conf.univ.dr. Corina Buzoianu						
2.3. Titularul activităților de seminar	Conf.univ.dr. Corina Buzoianu Lector univ. dr. Monica Bîră						
2.4. Anul de studiu:	I	2.5. Semestrul	2	2.6. Tipul de evaluare	E	2.7.Regimul disciplinei	DS, Obl

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

Număr de ore pe săptămână	4	din care: curs	2	seminar/laborator	2
Total ore din planul de învățământ	56	din care: curs	28	seminar/laborator	28
<b>Distribuția fondului de timp</b>					<b>Ore</b>
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					20
Tutoriat					
Examinări					
Alte activități: realizarea lucrărilor de curs.					9
3.7. Total ore studiu individual					69
3.8. Total ore din planul de învățământ					56
3.9. Total ore pe semestru					125
3.10. Numărul de credite					5



### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	*
4.2. de competențe	*

### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	*
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	*

### 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<b>1. Cunoaștere și înțelegere</b> a. cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor conceptelor specifice studiului imaginii și al identității organizațiilor b. însușirea noțiunilor fundamentale ale imagologiei și formarea deprinderilor practice de a opera cu acestea.
	<b>2. Explicare și interpretare</b> a. dezvoltarea capacității de operare cu aparatul conceptual din sfera imaginii, identității, miturilor și simbolurilor în comunicare b. dezvoltarea capacității de interpretare interdisciplinară a fenomenului imaginii și reprezentării
	<b>3. Instrumental-aplicative</b> a. înțelegerea mecanismelor care contribuie la formarea imaginii și reprezentării b. descompunerea elementelor imaginii și a identității
	<b>3. Atitudinale</b> a. manifestarea unei atitudini pozitive și responsabile față de domeniul științific; b. promovarea unui sistem de valori culturale morale și civice; c. valorificarea optimă și creativă a propriului potențial în activitățile științifice; d. implicarea în dezvoltarea instituțională și în promovarea inovațiilor științifice; e. angajarea în relații de parteneriat cu alte persoane - instituții cu responsabilități similare f. participarea la propria dezvoltare profesională.
Competențe transversale	a. autonomie și responsabilitate; b. atitudine de relaționare și comunicare deschisă, sinceră, cooperantă, receptivă; c. disponibilitate de analiză și interpretare a imaginilor sociale;



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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	a. Familiarizarea studenților cu noțiunile și conceptele imagologiei; b. Dezvoltarea capacității de a înțelege mecanismele de formare ale imaginii.
7.2. Obiective specifice	a. Dezvoltarea capacității de operare cu aparatul noțional al imagologiei; b. Dezvoltarea capacității de interpretare interdisciplinară a fenomenului imaginii

### 8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Observații
Noțiuni introductive despre studiul imaginii	Prelegere	
Arhetipul	Prelegere	
Mitul	Prelegere	
Simbolul (1)	Prelegere	
Simbolul (2)	Prelegere	
Reprezentarea (1)	Prelegere	
Reprezentarea (2)	Prelegere	
Stereotipul	Prelegere + studiu de caz	
Imaginea vizuală	Prelegere + vizionarea unor fragmente video	
Imaginea de-a lungul timpului	Prelegere + vizionarea unor fragmente video	
Studiul imaginii în comunicare	Prelegere + vizionarea unor fragmente video	
Imaginea în publicitate	Prelegere + vizionarea unor fragmente video	
Imaginea în social media	Prelegere + vizionarea unor fragmente video	
Noțiuni introductive despre studiul imaginii	Prelegere + vizionarea unor fragmente video	
<b>Bibliografie</b>		
1. BANKINS, S., & WATERHOUSE, J. (2019). Organizational identity, image, and reputation: Examining the influence on perceptions of employer attractiveness in public sector organizations. <i>International Journal of Public Administration</i> , 42(3), 218-229.		



2. BRAUDEL, Fernand, (1995) *Gramatica civilizațiilor*, București, Editura Meridiane
3. CASSIRER, Ernst, *Eseu despre om. O introducere în filosofia culturii umane*, București, Editura Humanitas, 1994.
4. DABA-BUZOIANU, Corina (2013) *Morfologia imaginii*, Iași, Editura Institutul European
5. ELIADE, Mircea, (1994) *Imagini și simboluri*, București, Editura Humanitas.
6. MARK, Margaret, PEARSON, Carol, (2012) *The Hero and the Outlaw: Building Extraordinary Brands Through the Power of Archetypes*, McGraw Hill.

8.2. Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
Noțiuni introductive despre studiul imaginii. Syllabus.  Exercițiu	Discuție, dezbateri, studiu de caz	
Imaginea în domeniul comunicării.	Discuție, dezbateri, studiu de caz	
Arhetipul	Discuție, dezbateri, studiu de caz	
Mitul și simbolul	Discuție, dezbateri, studiu de caz, evaluare parțială prin test grilă	
Stereotipul	Discuție, dezbateri, studiu de caz	
Prezentare lucrare seminar	Discuție, dezbateri, studiu de caz, analiza de imagine	
Recapitulare. Discuții despre examen. Studiu de caz.	Discuție, dezbateri, studiu de caz, analiză de imagine	

### **Bibliografie:**

1. CASSIRER, Ernst, (1994) *Eseu despre om. O introducere în filosofia culturii umane*, București, Editura Humanitas, 1994.
2. DABA-BUZOIANU, Corina (2013) *Morfologia imaginii*, Iași, Editura Institutul European
3. ELIADE, Mircea (1994) *Imagini și simboluri*, București, Editura Humanitas.
4. GIELENS, K., & STEENKAMP, J. B. E. (2019). Branding in the era of digital (dis) intermediation. *International Journal of Research in Marketing*, 36(3), 367-384.
5. MARK, Margaret, PEARSON, Carol, (2012) *The Hero and the Outlaw: Building Extraordinary Brands Through the Power of Archetypes*, McGraw Hill.

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

- Disciplina deschide studenților perspectiva abordării critice a faptelor și a analizării lor multireferențiale.





- Disciplina pune bazele teoretice și practice abordării corecte a disciplinelor *Analiza imaginii organizațiilor* și *Gestionarea crizelor de imagine*.
- Metodologia analizării imaginilor sociale care este prezentată a fost validată național și internațional prin comunicarea și publicarea rezultatelor obținute prin aplicare ei.

### 10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Examen	- cunoaștere și înțelegere;	Examen scris cu itemi deschiși și închiși	40%
Pe parcursul semestrului	- cunoaștere și înțelegere; - abilitatea de explicare și interpretare; - rezolvarea completă și corectă a cerințelor.	- Realizarea și prezentarea unei lucrări de echipă. - Participarea la discuțiile din timpul semestrului și la mini-teste.	60%

#### Standard minim de performanță:

- Cunoașterea teoriei la un nivel satisfăcător.
- Integrarea în mod satisfăcător a noțiunilor și teoriilor în modele aplicate.

Data completării: 24.09.2020

Semnătura titularului de curs  
Conf. univ. dr. Corina Buzoianu

Semnătura titularului de seminar

Data avizării în departament:  
30.09.2020

Semnătura directorului de departament:

\_\_\_\_\_

## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Școala Națională de Studii Politice și Administrative
1.2. Facultatea	Facultatea de Comunicare și Relații Publice
1.3. Departamentul	Relații publice
1.4. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5. Ciclul de studii	Licență
1.6. Programul de studii/Calificarea	Comunicare și relații publice

### 2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Informatică I						
2.2. Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Găitănanu Andrei						
2.3. Titularul activităților de seminar	Conf. univ. dr. Găitănanu Andrei						
2.4. Anul de studiu:	1	2.5. Semestrul	1	2.6. Tipul de evaluare	V	2.7. Regimul disciplinei	DC, Obl.

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2. curs	1	3.3. seminar/laborator	3
3.4. Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5. curs	14	3.6. seminar/laborator	42
<b>Distribuția fondului de timp</b>					<b>Ore</b>
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					7
Pregătire seminarii/laboratoare, teme referate, portofolii și eseuri					20
Tutoriat					10
Examinări					3
Alte activități: susținere de prezentări, simulări, jocuri etc.					9
3.7. Total ore studiu individual					69
3.8. Total ore din planul de învățământ					56
3.9. Total ore pe semestru					125
3.10. Numărul de credite					5

### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	
4.2. de competențe	

### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	

### 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	1. Cunoaștere și înțelegere (cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei)
-------------------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> <li>Poate să dobândească cunoștințe teoretico-metodologice și să-și dezvolte abilități practice necesare în domeniul utilizării eficiente a tehnologiei de calcul (arhitectura sisteme de calcul) și a produselor informatice de bază (sisteme de operare).</li> <li>Poate să-și însușească cunoștințele teoretico-metodologice în sistem de instruire asistată de calculator.</li> <li>Poate realiza instruirea teoretică și practică în modul de lucru interactiv și gradual pe nivele de însușire individuală accesibilă.</li> </ul>
	<p>2. Explicare și interpretare (explicarea și interpretarea unor idei, proiecte, procese, precum și a conținuturilor teoretice și practice ale disciplinei)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Își poate dezvolta abilități practice utile lucrului cu sistemele de operare Microsoft Windows și cu aplicația de editare text MS-Word.</li> <li>Poate realiza aplicații practice (<i>circa 75% din structura și durata cursului</i>) specifice activităților bazate pe folosirea tehnicii de calcul.</li> </ul>
	<p><b>3. Instrumental – aplicativ (proiectarea, conducerea și evaluarea activităților practice specifice: utilizarea unor metode, tehnici și instrumente de investigare și de aplicare)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Poate utiliza suportul logistic multimedia pentru învățarea produsele informatice specializate: Windows, MS-Word.</li> <li>Poate utiliza, pentru rezolvarea problemelor, unul sau mai multe produse informatice specializate folosind proceduri pentru interfața dinamică a datelor între componentele sistemului de operare și componentele pachetului de aplicații MS-Office.</li> <li>Poate avea acces la baterii de teste pentru autoevaluarea cunoștințelor dobândite.</li> </ul>
	<p><b>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).</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Însușirea codului deontologic al cercetării desfășurate în spațiul organizațional.</li> <li>Insuflarea atitudinii nediscriminatorii și detașate în relație cu obiectul cercetării.</li> </ul>
Competențe transversale	<p>Exemple:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>deprinderea lucrului în echipă</li> <li>rezolvarea lucrărilor de laborator în vederea perfecționării deprinderilor de utilizare a instrumentelor puse la dispoziție de pachetul de aplicații MS Office.</li> </ul>

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	<p>Cursul își propune să ofere noțiunile de bază privind cunoașterea și utilizarea calculatoarelor personale, deschizând "o poartă" către posibilele utilizări ale acestuia în procesul comunicării intra și interorganizaționale, precum și în relațiile publice.</p> <p>Asimilarea conceptelor informatice, a structurii sistemelor de calcul și a sistemelor de operare folosite de calculatoarele de tip PC în sensul folosirii corecte a terminologiei informatice.</p> <p>Crearea deprinderilor necesare utilizării corecte și la nivelul tehnologiilor curente a sistemelor de calcul și de operare.</p>
7.2. Obiective specifice	<p>Transmiterea cunoștințelor și formarea deprinderilor corecte în utilizarea unei aplicații de procesare de text. Înțelegerea operațiilor de bază asociate cu crearea, formatarea și finalizarea unui document gata pentru a fi distribuit.</p> <p>Crearea abilităților în utilizarea aplicației: crearea tabelor standard, folosirea imaginilor într-un document, importarea obiectelor și folosirea opțiunilor pentru scrisori, poștă electronică etc.</p>

### 8. Conținuturi

<b>8.1. Curs</b>	<b>Metode de predare</b>	<b>Observații</b>
------------------	--------------------------	-------------------

<p>Prezentarea obiectivelor cursului, a formelor de desfășurare, modalităților de evaluare pe parcurs și a celei finale;</p> <p>Noțiuni generale – concepte informatice, istoric al prelucrării datelor</p> <p>Delimitări conceptuale. Înțelegerea conceptelor de baza de hardware, software și IT</p> <p>Cunoașterea unităților de măsură folosite pentru memorie: bit, byte, KB, MB, GB etc. Legătura dintre măsurarea memoriei folosite de computer și pentru caractere, câmpuri, înregistrări, fișiere și directoare.</p>	<p>Se desfășoară în mod interactiv, în sistem instruire asistată de calculator folosind rețeaua de calculatoare și logistica aferentă regimului de lucru multimedia.</p>	
<p>Arhitectura sistemelor de calcul. Descrierea elementelor componente și a modului de interacțiune al acestora.</p> <p>Înțelegerea și diferențierea între diferitele tipuri de calculatoare: server, microcomputer, rețea de calculatoare, computer personal și laptop în funcție de capacitate, viteză, cost, utilizatori tipici.</p>		
<p>Sisteme de operare. Descrierea funcțiilor de bază ale acestora.</p> <p>Sistemul de operare Windows. Descrierea modului de funcționare.</p> <p>Cunoașterea rețelelor de domenii locale (LAN) și a rețelelor de domenii generale (WAN). Cunoașterea avantajelor lucrului în rețea și partajarea resurselor unei rețele.</p>		
<p>Asimilarea noțiunilor importante în utilizarea funcțiilor de bază ale computerului personal și sistemul sau de operare. Înțelegerea modului de organizare al fișierelor și directoarelor, modului în care acestea se pot copia, muta sau șterge. Crearea deprinderilor de a lucra cu pictogramele de pe desktop și de a manipula ferestrele și de utilizare a opțiunilor de căutare, instrumentele simple de editare și imprimat disponibile prin sistemul de operare.</p> <p>Personalizarea sistemului de operare Windows și optimizarea funcțiilor și resurselor acestuia.</p>		
<p>Activități de evaluare pe parcurs. Prezentarea de proiecte de grup (de tip referat).</p> <p>Procesare de text. Prezentarea pachetului de aplicații MS Office.</p> <p>Descrierea generală a aplicației MS Word. Descrierea ferestrelor specifice.</p> <p>Prezentarea tipurilor de șabloane oferite de aplicație în vederea realizării unor documente profesionale și standardizate.</p> <p>Pregătirea mediului de lucru și personalizarea acestuia (setarea tipului de pagină și a imprimantei implicite, setarea mediului de lucru pentru diferite opțiuni regionale, adăugarea de instrumente de lucru etc.).</p> <p>Descrierea opțiunilor Options... și Customize....</p> <p>Salvarea fișierelor în diferite forme și formate în vederea exportului și transmiterii acestora către diferiți utilizatori (cu alte sisteme de operare și alte versiuni ale aplicațiilor).</p>		
<p>Descrierea principiilor și modalităților de redactare a</p>		

<p>textului.  Descrierea funcțiilor de vizualizare a fișierelor.  Descrierea funcțiilor de căutare și înlocuire din cadrul textului.  Folosirea opțiunilor de realizarea a antetului și subsolului în documente.  Folosirea funcțiilor avansate de copiere și mutare.  Descrierea modalităților de formatare a textului și a paragrafelor.</p>		
<p>Inserarea obiectelor în cadrul documentelor (fișiere, imagini, clipart, text, grafice, obiecte și legături).  Descrierea modului de administrare a obiectelor inserate.  Formatarea imaginilor inserate.  Generarea de grafice cu ajutorul funcției specifice Excel și descrierea modului de folosire a diferitelor tipuri și modului în care acestea pot fi folosite.</p>		
<p>Inserarea câmpurilor, simbolurilor, caracterelor speciale.  Inserarea numerotării paginilor în format complex.  Inserarea datei și orei.  Folosirea funcțiilor AutoText și Reference (note explicative în formatele acceptate și corelate cu normele academice de redactare a lucrărilor, etichetelor, indexului, tabelor de conținut, tabelor de figuri și a celor de autori).</p>		
<p>Formatarea complexă a textului prin folosirea funcțiilor: Bullets and Numbering, Borders and Shading, Drop Cap, Change Case.  Folosirea funcțiilor de Spelling, Word Count.</p>		
<p>Realizarea tabelor și prezentarea modului de formatarea a acestora.  Folosirea instrumentelor specifice opțiunii Drawing (forme, linii, săgeți, WordArt, Text Box, formatare de culoare text, paragraf și obiecte etc.).</p>		
<p>Folosirea instrumentelor de redactare complexă prin lucrul pe secțiuni, formate diferite de pagină, secțiuni cu denumiri diferite, modalități de numerotare a paginilor, notelor explicative etc.).</p>		
<p>Lucrare de laborator - redactarea unui document complex folosind toate opțiunile prezentate pe durata cursului.  Prezentarea modului de evaluare prin intermediul aplicației de testare.</p>		
<p>Prezentarea principalelor aspecte nerezolvate sau rezolvate greșit pe timpul lucrării de laborator.  Trecerea în revistă a modului de rezolvare și materializare a unor aspecte care nu au fost suficient însușite sau care nu au fost prezentate.</p>		
<p><b>Bibliografie</b>  Găitănanu Andrei. <i>Microcalculatorul - mediu și canal de comunicare</i>, București: Comunicare.ro, 2002  Introducere în Windows, București: Teora  Maxim, C. <i>Aplicații informatice de birou</i>, București: Comunicare.ro, 2012  Michael Halvorson. <i>Microsoft Office2000 Small Business</i>, București: Editura Teora, 2009</p>		
<p><b>8.2. Seminar/laborator</b></p>	<p><b>Metode de predare</b></p>	<p><b>Observații</b></p>

Delimitări conceptuale. Înțelegerea conceptelor de baza de hardware, software și IT Înțelegerea și diferențierea între diferitele tipuri de calculatoare: server, microcomputer, rețea de calculatoare, computer personal și laptop în funcție de capacitate, viteză, cost, utilizatori tipici.	Se desfășoară în mod interactiv, în sistem instruire asistată de calculator folosind rețeaua de calculatoare și logistica aferentă regimului de lucru multimedia.	
Sisteme de operare. Utilizarea funcțiilor de bază ale acestora Utilizarea funcțiilor de bază ale computerului personal și sistemului sau de operare. Personalizarea sistemului de operare Windows și optimizarea funcțiilor și resurselor acestuia		
Procesare de text		
Procesare de text		
Procesare de text		
Utilizarea MS PowerPoint		
Utilizarea MS Excel în generarea graficelor		
<b>Bibliografie:</b> <i>Pe timpul desfășurării cursurilor și seminarelor vor fi recomandate și alte lucrări de specialitate, ca bibliografie orientativă, reprezentate în special din articole și alte materiale publicate în reviste de specialitate sau volume de conferințe.</i>		

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

**10. Evaluare**

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
Curs /Examen	Cunoștințe acumulate pe parcursul semestrului.	Test final	80%
Seminar	Gradul de implicare în activitatea de seminar.	Notare prezență, notare contribuții, teste intermediare	0%
	Abilitatea de a aplica cunoștințele acumulate în cadrul cursurilor.	Redactarea unui eseu.	20%

**10.4 Standard minim de performanță:**

Definirea corectă a conceptelor de bază ale fiecărei teme, operarea corectă cu aceste concepte și utilizarea, pentru exemplificare, a unui instrument software din cele precizate.  
Să aibă un bagaj de cunoștințe teoretice relevante în tratarea oricărei teme a disciplinei. Să participe activ la toate seminariile și să operaționalizeze cadrul teoretic prezentat și discutat la seminar și laborator.

Data completării:  
24.09.2020

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

Data avizării în departament:  
30.09.2020

Semnătura directorului de departament:



### FIȘA DISCIPLINEI

#### 1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Școala Națională de Studii Politice și Administrative
1.2. Facultatea	Facultatea de Comunicare și Relații Publice
1.3. Departamentul	Relații Publice
1.4. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5. Ciclul de studii	Studii universitare de licență
1.6. Programul de studii/Calificarea	Comunicare și relații publice

#### 2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Informatică II						
2.2. Titularul activităților de curs	Conf.univ.dr.ing. Găitănanu Andrei						
2.3. Titularul activităților de seminar	Conf.univ.dr.ing. Găitănanu Andrei						
2.4. Anul de studiu:	II	2.5. Semestrul	II	2.6. Tipul de evaluare	V	2.7. Regimul disciplinei	DS, Opt.

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2. curs	1	3.3. seminar/laborator	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5. curs	14	3.6. seminar/laborator	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					20
Tutoriat					0
Examinări					3
Alte activități...					
3.7. Total ore studiu individual					83
3.8. Total ore din planul de învățământ					42
3.9. Total ore pe semestru					125
3.10. Numărul de credite					5

#### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Nicio disciplină nu este obligatorie
4.2. de competențe	Cursul este destinat studenților din anul II de la studii universitare de licență

#### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Sala de curs cu videoproiector Cursul are un pronunțat caracter practic. Se desfășoară în mod interactiv, în sistem instruire asistată de calculator folosind rețeaua de calculatoare și logistica aferentă regimului de lucru multimedia.
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	Sală de seminar/cu videoproiector

#### 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	1. Cunoaștere și înțelegere ( <i>cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei</i> )
-------------------------	--



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cunoașterea, înțelegerea și asimilarea teoriilor relevante din sfera publicității;</li> <li>• Cunoașterea elementelor specifice fiecărui produs publicitar;</li> <li>• Poate folosi în mod critic cunoștințele însușite;</li> <li>• Poate identifica elementele culturale în funcție de care sunt proiectate și realizate imaginile digitalizate din domeniul publicității și al promovării imaginii organizațiilor;</li> </ul>
	<p>2. Explicare și interpretare (<i>explicarea și interpretarea unor idei, proiecte, procese, precum și a conținuturilor teoretice și practice ale disciplinei</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Explicarea și interpretarea etapelor necesare pentru crearea unui produs publicitar;</li> <li>• Identificarea disfuncțiilor ce pot apărea în timpul procesului de creație publicitară și explicarea acestora;</li> <li>• Poate elabora proiecte de design folosind instrumentele teoretice specifice și metodele și tehnicile specifice domeniului.</li> </ul>
	<p>3. Instrumental- aplicative (proiectarea, conducerea și evaluarea activităților practice specifice: utilizarea unor metode, tehnici și instrumente de investigare și de aplicare)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Noțiuni de bază: culoare, imagine, manipularea imaginii, manipularea prin intermediul imaginii, scannere, imprimante, tehnici de imprimare și tipărire</li> <li>• Tipuri de imagine digitale vectoriale și bitmap</li> <li>• Folosirea Internetului: documentație, tutoriale despre program</li> <li>• Familiarizarea cu digitalizarea imaginii – scanarea imaginii</li> <li>• Cunoașterea și însușirea programelor Adobe Photoshop și Corel Draw</li> </ul>
	<p>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).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Însușirea codului deontologic al cercetării desfășurate în spațiul public</li> <li>• Însușirea neutralității specifice în proiectarea și realizarea diferitelor produse publicitare</li> <li>• Însușirea tehnicilor studiate și aplicarea acestora la propria dezvoltare profesională</li> </ul>
Competențe transversale	Lucru în echipă, abilități de comunicare

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Cursul urmărește prezentarea delimitărilor conceptuale din sfera imaginii tiparite, a noțiunilor legate de imagine, manipularea acestora și manipularea imaginii, cu accent pe culoare, tipuri și standarde de culori, semnificațiile culorilor, culori regionale, pe genuri, vârste etc.
7.2. Obiective specifice	Folosirea aplicațiilor de prelucrare de imagine vectorială și a celor bitmap. Cunoașterea și însușirea programelor Adobe Photoshop și Corel Draw

#### 8. Conținuturi

8.1. Curs+ seminar	Metode de predare	Observații
1.Ce înseamnă prelucrarea imaginii?	Prezentare interactivă	
2. De la idee la produs. Procesul de producție și producție tipografică;	Prezentare interactivă	
3. De la idee la produs. Procesul de producție și	Prezentare interactivă	





producție tipografică;		
4. Mediul de lucru CorelDRAW; Realizarea unui proiect în CorelDRAW;	Prezentare interactivă	
5. Desenarea în CorelDRAW; Transformarea obiectelor	Prezentare interactivă	
6. Lucrul cu text în CorelDRAW	Prezentare interactivă	
7. Colorarea obiectelor în CorelDRAW	Prezentare interactivă	
8. Efecte speciale în CorelDRAW	Prezentare interactivă	
9. Gestionarea obiectelor în CorelDRAW	Prezentare interactivă	
10. Finalizarea unui proiect în CorelDRAW	Prezentare interactivă	
11. Prezentarea aplicației Adobe PhotoShop.	Prezentare interactivă	
12. Editarea unei imagini în Adobe Photoshop	Prezentare interactivă	
13. Efectele disponibile în Adobe Photoshop	Prezentare interactivă	
14. Finalizarea unui proiect în Adobe PhotoShop	Prezentare interactivă	
<b>Bibliografie</b>		
1. Anderson, A., Johnson, S. <i>Adobe Photoshop CS</i> , trad. de Radu Biris, Teora, Bucuresti, 2007.		
2. Steve Bain, Nick Wilkinson, <i>Corel Draw Ghidul oficial</i> , Editura All, Bucuresti, 2018.		
3. Russel, Th.; Lane, R., <i>Manual de publicitate</i> , Editura Teora, București, 2002.		
4. Robin Williams, <i>Inițiere în Design - Despre fonturi, culoare și asezare în pagina</i> , Editura Teora, București, 2009.		
5. Andrei Găitănanu, <i>Prelucrare de imagine – suport de curs</i> , 2020		

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori 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 se înscriu în preocupările actuale în domeniul publicității; Cadrul didactic deține lucrări în domeniu, predă această disciplină de mai mult de 10 ani.

#### 10. Evaluare

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
Curs /Examen	Prezență 80%	Examen test grila și Realizare proiect	70% 30%
Seminar			
10.6. Standard minim de performanță:			
Definirea corectă a conceptelor de bază ale fiecărei teme, recunoașterea principalelor teorii și paradigme și a principalelor metode de cercetare.			

Data completării:  
24.09.2020

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

Data avizării în departament:  
30.09.2020

Semnătura directorului de departament:

## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Școala Națională de Studii Politice și Administrative
1.2. Facultatea	Facultatea de Comunicare și Relații Publice
1.3. Departamentul	Relații publice
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	Introducere în Relații Publice						
2.2. Titularul activităților de curs	Prof. univ. dr. Remus Pricopie Lect. univ. dr. Andreea Răceanu						
2.3. Titularul activităților de seminar	Lect. univ. dr. Andreea Răceanu						
2.4. Anul de studiu:	I	2.5. Semestrul:	I	2.6. Tipul de evaluare:	E	2.7. Regimul disciplinei	DD, Obl

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar/laborator	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5. curs	28	3.6. seminar/laborator	28
<b>Distribuția fondului de timp</b>					<b>Ore</b>
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					25
Tutoriat					0
Examinări					0
Alte activități: susținere de prezentări, simulări, jocuri etc.					0
3.7. Total ore studiu individual					69
3.8. Total ore din planul de învățământ					56
3.9. Total ore pe semestru					125
3.10. Numărul de credite					5

### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

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

### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Calculator, internet, sonorizare adecvată
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	Calculator, internet, sonorizare adecvată

### 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>1. Cunoaștere și înțelegere</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Înțelegerea și asimilarea noțiunilor importante din domeniu (publicuri, mesaj, comunicare publica);</li> <li>- Cunoașterea unor teorii și perspective relevante despre evoluția comunicării ca suport pentru activitatea de relații publice;</li> <li>- Identificarea evenimentelor și etapelor importante pentru cristalizarea relațiilor publice ca domeniu;</li> <li>- Cunoașterea definițiilor variate ale relațiilor publice;</li> <li>- Realizarea distincțiilor între domenii conexe: publicitate, relații publice, marketing;</li> </ul>
-------------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cunoașterea principiilor și modelelor relațiilor publice;</li> <li>- Înțelegerea normelor actuale specifice activității de relații publice;</li> </ul>
	<p>2. Explicare și interpretare</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cunoașterea normelor actuale specifice activității de relații publice în cadrul organizațiilor.</li> <li>- Sublinierea relevanței teoriilor și evenimentelor din istoria relațiilor publice pentru contextul românesc;</li> <li>- Interpretarea perspectivelor oferite într-un cadru critic și interdisciplinar;</li> <li>- Inventarierea problemelor cu care se confruntă practica relațiilor publice în perioada actuală.</li> <li>- Capacitatea de a explica și de a aplica diferențele conceptuale între domenii conexe: publicitate, relații publice, marketing, manipulare, lobby etc.;</li> <li>- Utilizare corectă a noțiunilor importante din domeniu (publicuri, mesaj, comunicare publică, responsabilitate socială, comunicare dialogică, reputație, relații parteneriale);</li> <li>- Folosirea adecvată a perspectivelor teoretice relevante cu privire la relațiile publice;</li> <li>- Identificarea și caracterizarea publicurilor unei organizații;</li> <li>- Segmentarea canalelor specifice prin care se poate comunica particular cu anumite publicuri;</li> <li>- Aplicarea modelelor de relații publice în context românesc actual;</li> </ul>
	<p>3. Instrumental-aplicative</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizarea și promovarea unui produs de relații publice</li> <li>- Gestionarea comunicării eficiente cu publicurile unei organizații într-un context specific;</li> <li>- Aplicarea modelelor de relații publice în context românesc actual;</li> <li>- Investigarea tendințelor complexe din mediul social românesc, tendințe care influențează practica relațiilor publice</li> <li>- Identificarea unor tendințe actuale în evoluția relațiilor publice;</li> <li>- Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare în analiza și practica relațiilor publice</li> </ul>
	<p>4. Atitudinale</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Construirea unei perspective corecte despre etica în relațiile publice;</li> <li>- Respectarea principiilor comunicării strategice: adevărul, transparența, interesul public.</li> <li>- Capacitatea de a identifica practicile care nu respectă principiile etice specifice domeniului și orientarea deontologică;</li> </ul>
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Interpretarea perspectivelor oferite într-un cadru critic și interdisciplinar;</li> <li>- Cunoașterea și înțelegerea tendințelor complexe specifice comunicării în mediul social românesc actual, tendințe care influențează practica relațiilor publice;</li> <li>- Aplicarea tehnicilor de lucru eficient în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice</li> <li>- Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii</li> </ul>

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Înțelegerea specificului relațiilor publice ca domeniu teoretic și activitate practică, sublinierea diferențelor și conexiunilor cu alte domenii;</li> <li>- Înțelegerea modelului actual al relațiilor publice și a abordărilor prezente în domeniu (comunicarea dialogică strategică și relațiile parteneriale);</li> <li>- Dezvoltarea competențelor de bază privind practica modelelor de comunicare specifice relațiilor publice</li> </ul>
7.2. Obiective specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificarea elementelor care fac din relațiile publice o profesie cu utilitate socială;</li> <li>- Inventarierea problemelor cu care se confruntă relațiile publice de astăzi,</li> <li>- Identificarea oportunităților și limitelor de aplicare a modelului dialogic partenerial al relațiilor publice;</li> <li>- Cunoașterea unor momente, personalități și entități specifice relevante în domeniul relațiilor publice;</li> <li>- Dezvoltarea capacității de a interpreta probleme actuale din sfera relațiilor publice în</li> </ul>

	<p>contextul social-istoric particular;</p> <p>- Dezvoltarea capacității de a înțelege o situație dată ce poate fi abordată eficient prin metode specifice relațiilor publice și creșterea competențelor în găsirea de soluții creative particulare în contextul comunicării strategice;</p> <p>- Orientarea etică în practica relațiilor publice.</p>
--	--

## 8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Observații
1. Curs introductiv – specificul activității de relații publice.	Prezentare orală, materiale audio-video, instrumente actuale (kahoot, menti s.a.)	
2. Domenii de activitate în zona comunicării	Prezentare orală, materiale audio-video, instrumente actuale (kahoot, menti s.a.)	
3. Relațiile publice – conceptualizare, definiții și teorii	Prezentare orală, materiale audio-video, instrumente actuale (kahoot, menti s.a.)	
4. Istoria și evoluția relațiilor publice (1)	Prezentare orală, materiale audio-video, instrumente actuale (kahoot, menti s.a.)	
5. Istoria și evoluția relațiilor publice (2)	Prezentare orală, materiale audio-video, instrumente actuale (kahoot, menti s.a.)	
6. Publicuri și canale în relații publice	Prezentare orală, materiale audio-video, instrumente actuale (kahoot, menti s.a.), potențiali invitați*	
7. Activitatea de relații publice	Prezentare orală, materiale audio-video, instrumente actuale (kahoot, menti s.a.), potențiali invitați*	
8. Comunicarea cu publicul intern	Prezentare orală, materiale audio-video, instrumente actuale (kahoot, menti s.a.), potențiali invitați*	
9. Relații publice cu mass media.	Prezentare orală, materiale audio-video, instrumente actuale (kahoot, menti s.a.), potențiali invitați*	
10. Campanii de relații publice	Prezentare orală, materiale audio-video, instrumente actuale (kahoot, menti s.a.), potențiali invitați*	
11. Etica în relații publice	Prezentare orală, materiale audio-video, instrumente actuale (kahoot, menti s.a.), potențiali invitați*	
12. Instrumente specifice de relații publice. Managementul relațiilor publice	Prezentare orală, materiale audio-video, instrumente actuale (kahoot, menti s.a.), potențiali invitați*	
13. Relațiile publice în situații de criză	Prezentare orală, materiale audio-video, instrumente actuale (kahoot, menti s.a.), potențiali invitați*	
14. Evaluarea în relații publice	Prezentare orală, materiale audio-video, instrumente actuale (kahoot, menti s.a.), potențiali invitați*	

\*În cadrul activităților de curs participarea invitaților va acoperi cel mult 3 prelegeri iar acestea vor fi planificate în funcție și de disponibilitatea acestora, având drept criteriu esențial pregătirea invitaților și relevanța informațiilor ce pot fi transmise de aceștia în raport cu tema cursului.

### Bibliografie

1. PRICOPIE, Remus (2011). Relațiile publice: evoluție și perspective. București: Tritonic.
2. BERNAYS, Edward L (1923/2003). Cristalizarea opiniei publice. București: Editura Comunicare.ro.
3. DAGENAIS, Bernard (2002). Profesia de relaționist. Iași: Polirom.
4. IACOB, Dumitru, CISMARU, Diana-Maria, și PRICOPIE, Remus (2011). Relațiile publice. Coeziune și eficiență prin comunicare. București: Comunicare.ro (pag. 109-122).
5. COMAN, Cristina (2004). Relațiile publice și mass media. Iași: Polirom.
6. BLAND, M, THEAKER, A și WRAGG, D. (2003). Relațiile eficiente cu mass media. București: Editura Comunicare.ro.
7. COMAN, Cristina (2001). Relațiile publice. Principii și strategii. Iași: Polirom (pag. 73-174).
8. CUTLIP, Scott M., CENTER, Allen H., și BROOM, Glen M. (2010). Relațiile Publice Eficiente. București: Comunicare.ro (pag. 132-161).
9. DAGENAIS, Bernard (2003). Campanii de relații publice. Iași: Polirom.
10. LEINEMANN, Ralf și BAIKALTEVA, Elena (2004). Eficiența în relațiile publice. București: Editura Comunicare.ro
11. OANCEA, D. (ed. coord.) (2017). The golden book of Romanian public relations: 15 ani de practică și reperiile unei industrii. București: Fundația Forum for international communication.

<b>8.2. Seminar/laborator</b>	<b>Metode de predare</b>	<b>Observații</b>
1. Seminar introductiv. Specificul relațiilor publice	Discuții, activități aplicative - lucru pe echipe, prezentări în fața clasei, jocuri de rol, eventuale activități evaluative.	
2. Promovarea prin activități de relații publice, prin comparație cu alte activități din zona comunicării (publicitate, manipulare, marketing, lobby etc.)	Discuții, activități aplicative - lucru pe echipe, prezentări în fața clasei, jocuri de rol, eventuale activități evaluative.	
3. Teorii în relațiile publice	Discuții, activități aplicative - lucru pe echipe, prezentări în fața clasei, jocuri de rol, eventuale activități evaluative.	
4. Publicuri și canale în relații publice	Discuții, activități aplicative - lucru pe echipe, prezentări în fața clasei, jocuri de rol, eventuale activități evaluative.	
5. Simularea/analiza unei situații complexe de relații publice	Discuții, activități aplicative - lucru pe echipe, prezentări în fața clasei, jocuri de rol, eventuale activități evaluative.	
6. Specialistul în relații publice	Discuții, activități aplicative - lucru pe echipe, prezentări în fața clasei, jocuri de rol, eventuale activități evaluative.	
7. Activități de relații publice	Grilă de lucru /de analiză, activități aplicative individuale sau pe echipe, analiză complexă a rezultatului evenimentului la care studenții au luat parte (dacă este cazul).	

**Bibliografie:**

1. PRICOPIE, Remus (2011). Relațiile publice: evoluție și perspective. București: Tritonic.
2. DAGENAIS, Bernard (2002). Profesia de relaționist. Iași: Polirom.
3. IACOB, Dumitru, CISMARU, Diana-Maria, și PRICOPIE, Remus (2011). Relațiile publice. Coeziune și eficiență prin comunicare. București: Comunicare.ro (pag. 109-122).
4. COMAN, Cristina (2004). Relațiile publice și mass media. Iași: Polirom.
5. BLAND, M, THEAKER, A și WRAGG, D. (2003). Relațiile eficiente cu mass media. București: Editura Comunicare.ro.
6. COMAN, Cristina (2001). Relațiile publice. Principii și strategii. Iași: Polirom (pag. 73-174).
7. CUTLIP, Scott M., CENTER, Allen H., și BROOM, Glen M. (2010). Relațiile Publice Eficiente. București: Comunicare.ro (pag. 132-161).
8. DAGENAIS, Bernard (2003). Campanii de relații publice. Iași: Polirom.
9. LEINEMANN, Ralf și BAIKALTEVA, Elena (2004). Eficiența în relațiile publice. București: Editura Comunicare.ro
10. ZBUCHEA, Alexandra (coord.) (2014) . Practica relațiilor publice în muzee. București: Editura Comunicare.ro (cap.1, 2 și 3)
11. OANCEA, D. (ed. coord.) (2017). The golden book of Romanian public relations: 15 ani de practică și reperele unei industrii. București: Fundația Forum for international communication.
12. Top PR Romania 2015-2020

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

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

**10. Evaluare**

<b>Tip activitate</b>	<b>10.1. Criterii de evaluare</b>	<b>10.2. Metode de evaluare</b>	<b>10.3. Pondere din nota finală</b>
-----------------------	-----------------------------------	---------------------------------	--------------------------------------

Curs /Examen	Cunoștințe acumulate pe parcursul semestrului.	Examinare finală	50%
Seminar	Gradul de implicare în activitatea de seminar.	Prezență & participare activă la seminar	25%
	Abilitatea de a aplica în exerciții date cunoștințele acumulate în cadrul cursurilor.	Evaluarea temelor de seminar (individuale și/sau de grup)	25%
<b>11. Evaluare în restanță</b>			
Criteriile de evaluare se păstrează			
<ul style="list-style-type: none"> <li>- examinare finală (50%)</li> <li>- activități (teme adiționale) echivalând implicarea activă în activitățile de seminar din timpul semestrului (25%)</li> <li>- teme – aceleași din timpul semestrului (25%)</li> </ul>			
<b>10.4 Standard minim de performanță:</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitatea de a defini specificul relațiilor publice și a recunoaște diferența între acestea și alte tipuri de activități din sfera comunicării. Cunoașterea minimală a teoriilor relevante în domeniu și a istoricului evolutiv al domeniului. Cunoașterea minimală a instrumentelor de relații publice și a unor aspecte de bază privind activitățile prezente în domeniul relațiilor publice</li> <li>• Participarea activă la cel puțin 1/2 din totalul seminariilor</li> <li>• Realizarea cu succes a jumătate din temele solicitate</li> <li>• Promovarea atât a cursului cât și a seminarului (minim nota 5 pentru fiecare dintre acestea).</li> </ul>			

Data completării:

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

24.09.2020

Prof univ dr Remus Procopie,  
Lect univ dr Andreea Răceanu

Data avizării în departament:  
30.09.2020

Semnătura directorului de departament:

\_\_\_\_\_

## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Școala Națională de Studii Politice și Administrative
1.2. Facultatea	Comunicare și Relații Publice
1.3. Departamentul	Comunicare
1.4. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5. Ciclul de studii	Studii universitare de licență
1.6. Programul de studii/Calificarea	Comunicare și relații publice

### 2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	<b>Introducere în sociologie</b>						
2.2. Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Valeriu Frunzaru						
2.3. Titularul activităților de seminar	Asist. univ. dr. Cătălina Niculescu						
2.4. Anul de studiu:	I	2.5. Semestrul	II	2.6. Tipul de evaluare	Es	2.7. Regimul disciplinei	DS, Obl.

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	4	din care: curs	2	3.3. seminar/laborator	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	56	din care: curs	28	3.6. seminar/laborator	28
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					10
Pregătire seminarii/laboratoare, teme referate, portofolii și eseuri					30
Tutoriat					14
Examinări					
Alte activități...					
3.7. Total ore studiu individual					94
3.8. Total ore din planul de învățământ					56
3.9. Total ore pe semestru					150
3.10. Numărul de credite					6

### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Nicio disciplină nu este obligatorie
4.2. de competențe	Cursul este destinat studenților din anul I, specializarea Comunicare și Relații Publice

### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Curs online pe platforma Zoom
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	Seminar online pe platforma Zoom

### 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>1. Cunoaștere și înțelegere (<i>cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Studentul se familiarizează cu teoriile, noțiunile și interpretările din domeniul sociologiei;</li> <li>• Poate folosi în mod critic cunoștințele însușite;</li> <li>• Poate sesiza procesele și activitățile sociale;</li> <li>• Poate identifica problemele sociale specifice unei organizații sau instituții sociale;</li> <li>• Poate distinge comportamentele sociale;</li> <li>• Cunoaște, din perspectivă istorică, principalele teme ale domeniului;</li> <li>• Poate utiliza principalele paradigme și teorii în diagnoze despre procesele</li> </ul>
-------------------------	---

	<p>sociale.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării.</li> </ul>
	<p>2. Explicare și interpretare (<i>explicarea și interpretarea unor idei, proiecte, procese, precum și a conținuturilor teoretice și practice ale disciplinei</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Poate realiza analize ale realității sociale folosind teoriile și conceptele din domeniul sociologiei.</li> <li>• Poate construi strategii de optimizare a activității sociale pornind de la cunoștințele din curs.</li> <li>• Poate identifica principalele disfuncționalități în funcționarea instituțiilor sociale.</li> <li>• Rezolvarea în mod realist – cu argumentare atât teoretică, cât și practică – a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora.</li> </ul>
	<p>3. Instrumental-aplicative (proiectarea, conducerea și evaluarea activităților practice specifice: utilizarea unor metode, tehnici și instrumente de investigare și de aplicare)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Face distincția între metodele și tehnicile de cercetare științifică și cunoașterea comună sau abordarea jurnalistică;</li> <li>• Poate elabora, în temeiul unei teorii sociologice, un model de analiză a fenomenelor sociale, în vederea diagnosticării și eficientizării activității sociale.</li> <li>• Poate să operaționalizeze conceptele asociate fiecărei teme tratate în vederea construcției unor metode și tehnici de măsurare aplicabile la nivelul diferitelor unități de analiză.</li> <li>• Descrierea tipurilor diferite de audiență / public implicate în comunicare</li> </ul>
	<p>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).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Însușirea codului deontologic al cercetării sociologice.</li> <li>• Însușirea neutralității specifice cercetătorului în proiectarea, derularea și implementarea unui proiect de cercetare sociologică.</li> <li>• Insuflarea atitudinii nediscriminatorii și detașate în relație cu obiectul cercetării.</li> <li>• Identificarea și utilizarea elementelor specifice de deontologie și de responsabilitate socială.</li> </ul>
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sunt analizate critic cercetări utile pentru înțelegerea generală a cunoașterii științifice în domeniul comunicării</li> <li>• Sunt discutate cercetări exemplare utile pentru dezvoltarea înțelegerii comportamentelor umane</li> <li>• Sunt discutate aspecte deontologice care au valoarea generală pentru domeniul comunicării și publicității</li> </ul>

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> <li>- transmiterea cunoștințelor despre principalele noțiuni și concepții sociologice;</li> <li>- studiul principalelor tendințe în evoluția lumii contemporane și a societății românești.</li> <li>- formarea aparatului conceptual specific științei sociologiei;</li> </ul> <p>Cursul promovează gândirea critică și convergentă, gândirea autocritică și divergentă, disponibilitate pentru dialog, interesul pentru interogația reflexivă, rigurozitate de gândire, disponibilitate de acțiune în societate.</p>
7.2. Obiective specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>- familiarizarea studenților cu limbajul sociologic;</li> <li>- deprinderea cu lectura, critica și analiza lucrărilor sociologice;</li> <li>- pregătirea studenților pentru a cunoaște și înțelege realitatea socială;</li> <li>- capacitatea de a sesiza fenomene și procese sociale;</li> <li>- explicarea unor fenomene, procese, evenimente sociale;</li> <li>- interpretarea unor doctrine sociologice precum și a unor cercetări sociologice;</li> </ul>



	- realizarea unor conexiuni între cunoștințele, deprinderile și abilitățile dobândite prin studiul sociologiei și aplicabilitatea lor în soluționarea și evaluarea unor situații sociale din domeniul comunicării și relațiilor publice.
--	--

## 8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Observații
1. Sociologia - știință despre societate	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Cursul va avea loc pe Zoom
2. Cultura	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Cursul va avea loc pe Zoom
3. Acțiunea socială	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Cursul va avea loc pe Zoom
4. Structura socială	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Cursul va avea loc pe Zoom
5. Grupurile sociale	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Cursul va avea loc pe Zoom
6. Socializarea	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Cursul va avea loc pe Zoom
7. Stratificarea socială și clasele sociale	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Cursul va avea loc pe Zoom
8. Familia și căsătoria	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Cursul va avea loc pe Zoom
9. Genul social (relațiile dintre sexe)	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Cursul va avea loc pe Zoom
10. Relațiile interetnice, rasiale și naționale	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Cursul va avea loc pe Zoom
11. Educația	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Cursul va avea loc pe Zoom
12. Religia	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Cursul va avea loc pe Zoom
13. Devianța	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Cursul va avea loc pe Zoom
14. Schimbarea socială	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Cursul va avea loc pe Zoom

### Bibliografie

GIDDENS, Anthony [1989](2001). *Sociologie*. București: Editura All.  
MIHĂILESCU, Ioan. (2003). *Sociologie generală. Concepte fundamentale și studii de caz*. Iași: Editura Polirom.  
SCHIFIRNEȚ, Constantin. [2002](2004). *Sociologie*. București: Editura comunicare.ro  
VLĂSCLEANU, Lazăr (coord.). (2011). *Sociologie*. Iași: Editura Polirom.

8.2. Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Sociologia - știință a societății	Discuții despre relația dintre sociologie și alte științe sociale. Exerciții realizate în grup cu privire la rolul sociologiei pentru un specialist în relații publice	Seminarul va avea loc pe Zoom
2. Cultura și societatea	Prezentarea unei aplicații și lucrul în echipă pentru rezolvarea unor probleme	Seminarul va avea loc pe Zoom
3. Status și rol. Instituții sociale	Prezentarea unei aplicații și lucrul în echipă pentru rezolvarea unor probleme	Seminarul va avea loc pe Zoom
4. Grupuri sociale	Prezentarea unei aplicații și lucrul în echipă pentru rezolvarea unor probleme	Seminarul va avea loc pe Zoom
5. Socializarea. Genul social	Prezentarea unei aplicații și lucrul în echipă pentru rezolvarea unor probleme	Seminarul va avea loc pe Zoom
6. Relațiile interetnice și rasa	Prezentarea unei aplicații și lucrul în echipă pentru rezolvarea unor probleme	Seminarul va avea loc pe Zoom
7. Educația	Prezentarea unei aplicații și lucrul în echipă pentru rezolvarea unor probleme	Seminarul va avea loc pe Zoom

### Bibliografie:

**1. Sociologia și psihologia – o abordare interdisciplinară**

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

## 2. Cultura și societatea

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

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

## 3. Status și rol. Instituții sociale

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

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

Mihăilescu, Ioan. (2003). *Sociologie generală. Concepte fundamentale și studii de caz*. Iași: Editura Polirom – Capitolul 5. Status și rol

Weber, Max. [1921](1978). *Economy and Society. An Outline of Interpretative Sociology*. (Vol. I și II). Berkeley: University of California Press. (pp. 302-307, 956-1005)

## 4. Grupuri sociale

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

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

## 5. Socializarea. Genul social

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

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

## 6. Relațiile interetnice și rasa

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

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

## 7. Educația

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

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

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

- Disciplina este elaborată pe baza unor manuale și materiale cu caracter științific și recunoscute internațional
- Introducerea în sociologie tratată în cadrul cursului și seminarelor se înscrie în preocupările actuale în domeniul comunicării, relațiilor publice și publicității
- Titularul cursului este sociolog și predă această disciplină de mai mult de 5 ani. De asemenea, a realizat numeroase cercetări sociologice.

## 10. Evaluare

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

10.4 Curs /Examen	Cunoștințe de bază necesare analizei diferitelor aspecte ale realității sociale - Capacitatea de a corela teorii și concepte din domeniul sociologiei	Examenul final va fi de tip grilă.	50%
10.5 Seminar	- Capacitatea de a folosi concepte și teorii sociologice pentru a analiza aspecte ale realității sociale (în cadrul aplicațiilor individuale) - Capacitatea de a argumenta și folosi imaginația sociologică în analiza diferitelor aspecte ale realității sociale	Nota la activitatea din timpul seminarului ia în considerare aplicația, un test care are loc la seminarul nr. 6 și prezența activă din timpul seminarelor	50%
10.6. Standard minim de performanță			
Studentul are cel puțin 4 prezențe la seminar și minimum nota 5 pentru activitatea de seminar și la examenul final.			

Data completării:	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar
24.09.2020	Conf. univ. dr. Valeriu Frunzaru	Asist. univ. dr. Cătălina Niculescu

Data avizării în departament:  
30.09.2020

Semnătura directorului de departament:

\_\_\_\_\_

## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Școala Națională de Studii Politice și Administrative
1.2. Facultatea	Comunicare și Relații Publice
1.3. Departamentul	Comunicare
1.4. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5. Ciclul de studii	Studii universitare de licență
1.6. Programul de studii/Calificarea	Comunicare și relații publice

### 2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	<b>Introducere în statistică</b>						
2.2. Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Valeriu Frunzaru						
2.3. Titularul activităților de seminar	Lector univ. dr. Oana Ștefăniță						
2.4. Anul de studiu:	II	2.5. Semestrul	III	2.6. Tipul de evaluare	V	2.7. Regimul disciplinei	DS, Opt

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	4	din care: .... curs	2	3.3. seminar/laborator	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	56	din care: .....curs	28	3.6. seminar/laborator	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					15
Pregătire seminarii/laboratoare, teme referate, portofolii și eseuri					10
Tutoriat					14
Examinări					
Alte activități....					
3.7. Total ore studiu individual					69
3.8. Total ore din planul de învățământ					56
3.9. Total ore pe semestru					125
3.10. Numărul de credite					5

### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Metode de cercetare în științele sociale
4.2. de competențe	Cursul este destinat studenților din anul II, specializarea Comunicare și Relații Publice

### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Curs online pe platforma Zoom
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	Seminar online pe platforma Zoom

## 6. Competențe specifice acumulate

<p>Competențe profesionale</p>	<p>1. Cunoaștere și înțelegere (<i>cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul statisticii sociale</li> <li>• Cunoașterea principiilor de bază ale cercetării cantitative în științele socio-umane</li> <li>• Cunoașterea specificului scalelor de măsurare</li> <li>• Cunoașterea măsurilor ale variației și ale tendinței centrale</li> <li>• Cunoașterea testelor parametrice (testul t) și nonparametrice (chi patrat)</li> </ul>
	<p>2. Explicare și interpretare (<i>explicarea și interpretarea unor idei, proiecte, procese, precum și a conținuturilor teoretice și practice ale disciplinei</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cunoașterea principiilor metodologice care stau la baza cercetării cantitative</li> <li>• Cunoașterea principiilor în testarea ipotezelor</li> <li>• Interpretarea testelor statistice</li> <li>• Explicarea limitelor cercetării în strânsă legătură cu evaluarea fidelității și validității în măsurare</li> </ul>
	<p>3. Instrumental- aplicative (proiectarea, conducerea și evaluarea activităților practice <i>specifice: utilizarea unor metode, tehnici și instrumente de investigare și de aplicare</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Construirea unei baze de date SPSS</li> <li>• Transformarea variabilelor cu ajutorul SPSS</li> <li>• Utilizarea instrumentelor statistice ale SPSS</li> </ul>
	<p>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).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Respectarea eticii în cercetare</li> <li>• Promovarea respectului față de valorile sociale</li> <li>• Surprinderea rolului cercetării în științele sociale și creșterea respectului față de utilizarea datelor produse prin cercetare științifică</li> <li>• Identificarea și utilizarea elementelor specifice de deontologie și de responsabilitate socială</li> </ul>
<p>Competențe transversale</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rezolvarea în mod realist - cu argumentare atât teoretică, cât și practică - a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora</li> <li>• Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și a adaptării la cerințele pieței muncii</li> <li>• Sunt analizate critic cercetări utile pentru înțelegerea generală a cunoașterii științifice în domeniul comunicării</li> <li>• Sunt discutate cercetări exemplare utile pentru dezvoltarea înțelegerii comportamentelor umane</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sunt discutate aspecte deontologice care au valoarea generală pentru domeniul comunicării</li> </ul>
--	---

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Cursul își propune transmiterea cunoștințelor despre analiza statistică a datelor cantitative rezultate din cercetările în științele sociale. În urma parcurgerii acestui curs introductiv, studenții vor fi familiarizați cu principalele concepte cu care operează statistica socială.
7.2. Obiective specifice	La finalul cursului, studenții vor avea cunoștințe despre modalitățile de analiză a datelor rezultate în urma utilizării diverselor tipuri de scale (nominale, ordinale, interval și raport) și testarea ipotezeleor statistice folosind teste parametrice (corelație Pearson și testul t) sau nonparametrice (corelație Spearman și testul Chi pătrat). Studenții vor putea să testeze fidelitatea scalelor și să utilizeze măsuri ale variației și măsuri ale tendinței centrale. De asemenea, studenții vor putea să proiecteze un eșantion probabilistic pentru care să calculeze marja de eroare.

## 8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Observații
1. Introducere și concepte de bază în statistica socială	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Cursul va avea loc pe Zoom
2. Construirea unei baze de date SPSS. Transformări ale variabilelor	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Cursul va avea loc pe Zoom
3. Măsuri ale tendinței centrale: modul, media și mediana	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Cursul va avea loc pe Zoom
4. Măsuri ale variației: amplitudinea, dispersia, abaterea standard, quartilele, abaterea interquartilă	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Cursul va avea loc pe Zoom
5. Eșantionarea probabilistică. Curba normală a distribuției mediilor	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Cursul va avea loc pe Zoom
6. Teste parametrice. Corelația de tip Pearson. Testarea diferențelor dintre medii	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Cursul va avea loc pe Zoom
7. Teste nonparametrice. Corelație de tip Spearman și testul Chi Pătrat	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Cursul va avea loc pe Zoom

### Bibliografie

FRUNZARU, Valeriu și IVAN, Loredana (2011). Metode de cercetare în științele comunicării. Curs universitar SNSPA.

LABĂR, Adrian Vincențiu. (2008). SPSS pentru științele educației. Iași: Editura Polirom.

POP, Lucian, MARIAN, Cosmin & BĂDESCU, Gabriel. (2001). Statistică (suport de curs universitar)

POPA, Marian. (2010). *Statistici multivariate aplicate în psihologie*. Iași: Editura Polirom.

ROTARIU, Traian (coord.) (2006). *Metode statistice aplicate în științele sociale*. Iași: Editura Polirom.

RUMSEY, Deborah. (2010). *Statistics Essentials for Dummies*. Indianapolis: Wiley Publishing.

8.2. Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Scale de măsurare și tabele de frecvență	Construirea de întrebări care să conțină scale nominale, ordinale, interval și raport. Transformarea scalei raport într-o scală interval și într-o scală ordinală. Construirea în excel a graficelor de tip diagramă circulară, diagramă bară, histogramă.	Seminarul va avea loc pe Zoom
2. Construirea unei baze de date SPSS. Transformări ale variabilelor	Construirea de întrebări care să conțină scale nominale, ordinale, interval și raport. Construirea unei baze de date SPSS. Recodarea în aceeași variabilă sau într-o variabilă diferită. Crearea de noi variabile.	Seminarul va avea loc pe Zoom
3. Măsurile ale tendinței centrale: modul, media și mediana	Calcularea modului, mediei și medianei din șiruri de date. Evidențierea tipului de distribuție.	Seminarul va avea loc pe Zoom
4. Măsurile ale variației: amplitudinea, dispersia, abaterea standard, quartilele, abaterea interquartilă	Calcularea folosind Excel a abaterii standard a două șiruri de valori. Compararea omogenității celor două distribuții. Analiza tendinței centrale a unor variabile din baza de date SPSS	Seminarul va avea loc pe Zoom
5. Eșantionarea probabilistică. Curba normală a distribuției mediilor	Calcularea probabilității marginale și a probabilității condiționate. Calcularea erorii standard fiind date abaterea standard și numărul de cazuri extrase. Calcularea marjei de eroare având date eroarea standard, numărul de cazuri și nivelul de încredere. Calcularea marjei de eroare în funcție de mărimea eșantionului și mărimea populației.	Seminarul va avea loc pe Zoom
6. Teste parametrice. Corelația de tip Pearson. Testarea diferențelor dintre medii	Ipoteza de nul și ipoteza alternativă. Nivelul de semnificație. Eroare de tip I și eroare de tip II. Valoarea critică și zona critică (de respingere). Scatterplot.	Seminarul va avea loc pe Zoom
7. Teste nonparametrice. Corelație de tip Spearman și testul Chi Pătrat	Calcularea de corelații dintre scale ordinale Tabele cu două intrări. Recapitulare.	Seminarul va avea loc pe Zoom

## Bibliografie:

### 1. Scale de măsurare și tabele de frecvență

POP, Lucuan, MARIAN, Cosmin & BĂDESCU, Gabriel. (2001). *Statistică* (suport de curs universitar) (pp. 2-5)

### 2. Construirea unei baze de date SPSS. Transformări ale variabilelor. Reprezentarea grafică a variabilelor. Măsurarea fidelității scalelor

LABĂR, Adrian Vinčențiu. (2008). *SPSS pentru științele educației*. Iași: Editura Polirom. (pp. 15-28, 32-60, 299-304)

### 3. Măsuri ale tendinței centrale: modul, media și mediana

LABĂR, Adrian Vinčențiu. (2008). *SPSS pentru științele educației*. Iași: Editura Polirom. (pp. 29-32)

POP, Lucuan, MARIAN, Cosmin & BĂDESCU, Gabriel. (2001). *Statistică* (suport de curs universitar) (pp. 6-8)

### 4. Măsuri ale variației: amplitudinea, dispersia, abaterea standard, quartilele, abaterea interquartilă

LABĂR, Adrian Vinčențiu. (2008). *SPSS pentru științele educației*. Iași: Editura Polirom. (pp. 29-32)

POP, Lucuan, MARIAN, Cosmin & BĂDESCU, Gabriel. (2001). *Statistică* (suport de curs universitar) (pp. 9-11)

### 5. Eșantionarea probabilistică. Curba normală a distribuției mediilor

FRUNZARU, Valeriu. (2011). *Eșantionarea*. Curs Universitar SNSPA.

POP, Lucuan, MARIAN, Cosmin & BĂDESCU, Gabriel. (2001). *Statistică* (suport de curs universitar) (pp. 12-16)

### 6. Teste parametrice. Corelația de tip Pearson. Testarea diferențelor dintre medii

LABĂR, Adrian Vinčențiu. (2008). *SPSS pentru științele educației*. Iași: Editura Polirom. (pp. 74-87, 95-103)

### 7. Teste nonparametrice. Corelație de tip Spearman și testul Chi Pătrat. Testul Mann-Whitney U

LABĂR, Adrian Vinčențiu. (2008). *SPSS pentru științele educației*. Iași: Editura Polirom. (pp. 87-91, 104-115)

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

- Disciplina este elaborată pe baza unor manuale și materiale cu caracter științific și recunoscute
- Instrumentele statistice tratate în cadrul cursului și seminariilor se înscriu în preocupările actuale în domeniul comunicării, relațiilor publice și publicității

## 10. Evaluare

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4 Curs /Examen	Cunoștințe de bază necesare analizei statistice a rezultatelor unor cercetări folosind	Examenul final constă într-un test grilă.	70%



	<p>metode cantitative.</p> <p>- Cunoștințe teoretice cu privire la folosirea adecvată a instrumentelor statistice în funcție de scalele de măsurare .</p>		
10.5 Seminar	<p>-capacitatea de a lucra cu instrumente statistice</p> <p>-capacitatea de a evalua critic cercetări și metodologii de cercetare</p>	Pentru activitatea de seminar, studenții vor fi evaluați pe baza unui test la seminarul 6.	30%
10.6. Standard minim de performanță			
Studentul are cel puțin 4 prezențe la seminar și minimum 5.00 la testul de la seminar și de la examenul final.			

Data completării:  
24.09.2020

Semnătura titularului de curs  
Conf. univ. dr. Valeriu Frunzaru

Data avizării în departament:  
30.09.2020

Semnătura directorului de departament:  
\_\_\_\_\_



## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Școala Națională de Studii Politice și Administrative
1.2 Facultatea	Facultatea de Comunicare și Relații Publice
1.3 Departamentul	Comunicare
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii	Universitar de licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	Comunicare și relații publice

### 2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Introducere în științele politice. Istoria ideilor politice						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Florin Abraham						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lector univ. dr. Sebastian Fitzek						
2.4 Anul de studiu	2	2.5 Semestrul	2	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	DS, Obl.

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	14
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					15
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					10
Tutoriat					5
Examinări					8
Alte activități.....					
3.7 Total ore studiu individual	58				
3.9 Total ore pe semestru	100				
3.10 Numărul de credite	4				

### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	• Nu este cazul
4.2 de competențe	• Cunoașterea limbii engleze (cel puțin nivel mediu), pentru a putea utiliza bibliografia cursului

### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	• Dotarea sălii de curs cu videoprojector
--------------------------------	---



5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	<ul style="list-style-type: none"><li>• Dotarea sălii de curs cu flipchart</li></ul>
---	--

## 6. Competențele specifice acumulate

<b>Competențe profesionale</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor politice/științelor comunicării</li><li>• Înțelegerea naturii complexe și contradictorii a societăților umane</li><li>• Cunoașterea elementelor principale ale sistemului internațional</li><li>• Dobândirea unor informații esențiale despre Uniunea Europeană și sistemul politic din România</li><li>• Cunoașterea fundamentelor cercetării în domeniul socio-politic</li><li>• Perspectivele multiple din care poate fi analizată realizată, în funcție de instrumentele fiecărei discipline din arealul socio-politic</li><li>• Facilitarea accesului la bibliografia esențială din domeniul științelor politice, în vederea aprofundării domeniului</li></ul>
<b>Competențe transversale</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Formarea unei atitudini deschise față de domeniile științifice apropiate de științele comunicării</li><li>• Aplicarea metodelor de analiză comparativă în științele comunicării</li><li>• Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii</li><li>• Rezolvarea în mod realist - cu argumentare atât teoretică, cât și practică - a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora</li><li>• Formarea unei atitudini civice, bazate pe necesitatea implicării sociale a cetățenilor</li></ul>

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Cursul își propune să ofere studenților specializați în științele comunicării cunoștințele fundamentale din domeniul științelor politice. În cadrul cursului sunt prezentate conceptele, teoriile și metodele de cercetare esențiale din domeniul științelor politice. Cursul este construit pentru a determina studenții din domeniul comunicării și relațiilor publice să conștientizeze complexitatea societăților moderne, a tipurilor diverse și contradictorii de interacțiuni ce o caracterizează.
7.2 Obiectivele specifice	<ol style="list-style-type: none"><li>Însușirea principalelor noțiuni, teorii și concepte din domeniul vast al științelor politice;</li><li>Formarea abilităților de a prelucra un volum important de informație, în vederea sintetizării cu ușurință a acesteia;</li><li>Dezvoltarea spiritului critic în legătură cu temele centrale din științele politice;</li><li>Perfecționarea abilităților de a redacta lucrări având caracter științific și, în subsidiar, de a utiliza aparatul critic.</li></ol>

## 8. Conținuturi

8.1 Curs/prelegeri	Metode de predare	Observații
Prelegerea 1: <u>Prezentarea obiectivelor cursului, a resurselor bibliografice și informaționale</u>	Prelegere	



Prelegerea 2: <u>Puterea politică. Statul. Națiunea</u>	Prelegere	
Prelegerea 3: <u>Sistem și regim politic. Democrația și instituțiile sale politice</u>	Prelegere	
Prelegerea 4: <u>Ideologiile politice</u>	Prelegere	
Prelegerea 5: <u>Grupurile de interese. Atitudinile politice: cultura politică; opinia publică; clivajele politice</u>	Prelegere	
Prelegerea 6: <u>Partide și sisteme de partide</u>	Prelegere	
Prelegerea 7: <u>Alegerile. Sistemele electorale</u>	Prelegere	
Prelegerea 8: <u>Metode de cercetare în științele politice. Politica comparată</u>	Prelegere	
Prelegerea 9: <u>Relațiile internaționale</u>	Prelegere	
Prelegerea 10: <u>Uniunea Europeană</u>	Prelegere	
Prelegerea 11: <u>Economia politică</u>	Prelegere	
Prelegerea 12: <u>Birocrația. Politicile publice</u>	Prelegere	
Prelegerea 13: <u>Globalizarea</u>	Prelegere	
Prelegerea 14: <u>Noi tendințe ale politicii contemporane</u>	Prelegere	
<b>Bibliografie:</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Abraham, Florin, <i>Romania since the Second World War: A Political, Social and Economic History</i>, London: Bloomsbury Academic, 2016</li><li>2. Almond, Gabriel, et al., <i>Politica comparată astăzi</i>, Editura Institutul European: Iași, 2009</li><li>3. Bache, Ian; George, Stephen; Bulmer, Simon, <i>Politics in the European Union</i>. Fourth Edition, Oxford University Press: Oxford, 2015</li><li>4. Dahl, Robert A., <i>Poliarhiile: participare și opoziție</i>, Institutul European: Iași, 2000</li><li>5. Frigioiu, Nicolae, <i>Politologie și doctrine politice vol. 1. Introducere în științele politice</i>, Editura Economică: București, 2007</li><li>6. Grigsby, Ellen, <i>Analyzing Politics. An Introduction to Political Science</i>, Fifth Edition, Wadsworth: London, 2012</li><li>7. Hague, Rod; Harrop, Martin; McCormick, John, <i>Comparative Government and Politics. An Introduction</i>, Tenth Edition, Palgrave Macmillan, New York, 2016</li><li>8. Heywood, Andrew, <i>Political Ideologies, An Introduction</i>, sixth edition, Palgrave: London, 2017.</li><li>9. Ishiyama, John T.; Breuning, Marijke (eds.), <i>21st Century Political Science. A Reference Handbook</i>, Sage: London, 2011</li><li>10. Roskin, Michael G.; Cord, Robert L.; Medeiros, James A.; Jones, Walter S., <i>Political Science. An Introduction</i>. Fourteenth edition, Pearson: Boston, 2017</li></ol>		
<b>8. 2 Seminar/laborator</b>	Metode de predare	Observații
1. <u>Puterea politică și statul</u>	Dezbateri tematică, eseu și evaluare continuă	
2. <u>Cum funcționează democrația? Statul de drept</u>	Dezbateri tematică, eseu și evaluare continuă	
3. <u>Societatea civilă: participarea politică. Rolul partidelor politice</u>	Dezbateri tematică, eseu și evaluare continuă	
4. <u>Rolul mass-media în viața politică. Populismul</u>	Dezbateri tematică, eseu și	



	evaluare continuă	
5. <u>Regimurile nedemocratice: autoritarismul, dictatura și totalitarismul</u>	Dezbateri tematică, eseu și evaluare continuă	
6. <u>Trăsături generale ale vieții politice din România</u>	Dezbateri tematică, eseu și evaluare continuă	
7. <u>Statul-națiune și perspectivele sale în globalizare</u>	Dezbateri tematică, eseu și evaluare continuă	

#### **Bibliografie:**

1. Almond, Gabriel A.; Verba, Sidney, *Cultura civică. Atitudini politice și democrație în cinci națiuni*, Editura Du Style: București, 1996
2. Baehr, Peter; Richter, Melvin, *Dictatorship in History and Theory: Bonapartism, Caesarism, and Totalitarianism*, Cambridge University Press: New York, 2004
3. Cassirer, Ernst, *Mitul statului*, Iași: Editura Institutul European, 2001
4. Lechner, Frank J.; Boli, John (eds.), *The Globalization Reader*. Fifth Edition, Wiley-Blackwell: Oxford, 2014
5. Miroiu, Mihaela (coord.), *Ideologiile politice actuale. Semnificații, evoluții, impact*, Polirom: Iași, 2012
6. O'Neil, Patrick H., *Essentials of Comparative Politics*, Sixth Edition, W.W. Norton & Company: New York, 2017.
7. Putnam, Robert; Leonardi, Robert; Nanetti, Raffaella, *Cum funcționează democrația?*, Polirom: Iași, 2001
8. Radu, Alexandru, *Politica între proporționalism și majoritarism: alegeri și sistem electoral în România postcomunistă*, Institutul European: Iași, 2012
9. Sartori, Giovanni, *Teoria democrației reinterpretată*, Polirom: Iași, 1999
10. Șandru, Daniel; Bocancea, Sorin, *Mass-media și democrația în România postcomunistă*, Institutul European: Iași, 2011

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

Cursul își propune să ofere cunoștințele teoretice esențiale dintr-un număr important de subdomenii ale științelor politice, pentru a facilita studenților un prim contact cu arii tematice apropiate de științele comunicării.

Activitățile de seminar sunt orientate spre dobândirea unor abilități necesare pentru formarea specialiștilor în comunicare și relații publice. În cadrul seminariilor sunt aprofundate și detaliate informațiile transmise în cadrul prelegerilor, iar caracterul lor interactiv este menit să determine un mai mare interes pentru aprofundarea domeniului științelor politice.

#### **10. Evaluare**

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



10.4 Curs	Gradul de cunoaștere al noțiunilor, conceptelor și teoriilor referitoare la fundamentele științelor politice	Evaluare scrisă (examenul constă din patru subiecte stabilite din tematica prelegerilor și seminariilor: un microeseu asupra unei teme importante – 5 pct.; prezentarea unei teorii, ideologii, doctrine ș.a – 2 pct.; definirea unui concept – 1 pct.; prezentarea succintă a unui eveniment, instituție, personalitate ș.a. – 1 pct; un punct se acordă din oficiu)	70%
10.5 Seminar/laborator	Nivelul de prezență și implicare în activitățile din cadrul seminarului	Fișa de evaluare individuală a prezenței și activității din cadrul seminarului	20%
	Corectitudinea utilizării bibliografiei în cadrul eseului. Originalitatea redactării și prezentării eseului.	Sursele bibliografice ale eseului sunt verificate în conformitate cu redactarea academică. La evaluarea se ținea seama de: corectitudinea redactării științifice; calitatea argumentării și a structurii interne a eseului; originalitatea redactării și modul de prezentare.	10%
10.6 Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"><li>• Participarea la minim 50% din orele de curs și seminar. Realizarea unui eseu de 2800-3000 de cuvinte din tematica de curs și prezentarea acestuia la seminar. Obținerea notei 5 (cinci) pentru activitatea de seminar și din evaluarea/prezentarea eseului</li><li>• Obținerea cel puțin a notei 5 (cinci) în cadrul examinării scrise de final</li></ul>			

**Notă: În situația desfășurării on-line a activităților didactice, examenul scris constă într-un eseu a cărei tematică va fi anunțată în timp util.**

Data completării  
24.09.2020

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

Data avizării în departament  
30.09.2020

Semnătura directorului de departament

.....

## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Școala Națională de Studii Politice și Administrative
1.2. Facultatea	Facultatea de Comunicare și Relații Publice
1.3. Departamentul	Relatii Publice
1.4. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5. Ciclul de studii	Studii universitare de licență
1.6. Programul de studii/Calificarea	Comunicare și Relații Publice

### 2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Introducere în teoria organizațiilor						
2.2. Titularul activităților de curs	Lect. dr. Cătălina Cicei						
2.3. Titularul activităților de seminar	Lect. dr. Cătălina Cicei						
2.4. Anul de studiu:	1	2.5. Semestrul	2	2.6. Tipul de evaluare	Examen	2.7. Regimul disciplinei	DS, Obl

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar/laborator	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5. curs	28	3.6. seminar/laborator	28
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					29
Tutoriat					-
Examinări					-
Alte activități....					-
3.7. Total ore studiu individual					69
3.8. Total ore din planul de învățământ					56
3.9. Total ore pe semestru					125
3.10. Numărul de credite					5

### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nicio disciplină nu este obligatorie</li> </ul>
4.2. de competențe	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cursul este destinat în principal studenților din domeniile științelor comunicării, dar este deschis participării și studenților din cadrul altor specializări</li> </ul>

### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Sala de curs cu videoproiector
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	Sală de seminar cu videoproiector

### 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>1. Cunoaștere și înțelegere (<i>cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Cunoașterea principalelor orientări teoretice, metodologice și aplicative din cadrul științelor organizaționale;</li> </ul>
-------------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cunoașterea principalelor paradigme și teorii relevante pentru analiza organizațiilor;</li> <li>• Cunoașterea caracteristicilor structurale și a diferitelor tipologii organizaționale;</li> <li>• Înțelegerea particularităților și a specificului de funcționare a organizațiilor contemporane.</li> <li>• Asimilarea principalelor concepte fundamentale din teoria organizațională (ca spre exemplu, funcții ale conducerii, tehnici de motivare, comunicare internă și externă, cultură organizațională, adaptare și schimbare).</li> </ul>
	<p>2. Explicare și interpretare (<i>explicarea și interpretarea unor idei, proiecte, procese, precum și a conținuturilor teoretice și practice ale disciplinei</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Explicarea principalelor tipologii și structuri organizaționale;</li> <li>• Explicarea principalelor roluri și funcții manageriale deținute în cadrul unei organizații;</li> <li>• Interpretarea variatelor procese și fenomene organizaționale;</li> <li>• Explicarea principalelor trăsături ale comunicării organizaționale;</li> <li>• Explicarea particularităților diferitelor tipuri de culturi organizaționale;</li> <li>• Examinarea integrativă a organizației, din perspectiva particularităților structurale, de funcționare și comunicare.</li> </ul>
	<p>3. Instrumental- aplicative (proiectarea, conducerea și evaluarea activităților practice specifice: utilizarea unor metode, tehnici și instrumente de investigare și de aplicare)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicarea noțiunilor și clasificărilor asimilate, în context organizațional real;</li> <li>• Identificarea aspectelor disfuncționale și propunerea de soluții eficiente în direcția stimulării capacității adaptative a unei organizații;</li> <li>• Examinarea unor situații organizaționale concrete prin intermediul unor metode participative de lucru (dezbatere, simulări, jocuri de rol).</li> </ul>
	<p>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).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Manifestarea unei atitudini nediscriminatorii și obiective în practica organizațională;</li> <li>• Construirea unei perspective corecte în privința relației manager-angajat;</li> <li>• Identificarea și dezvoltarea propriului potențial profesional;</li> <li>• Participarea la propria dezvoltare profesională și construcție a carierei.</li> </ul>
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rezolvarea în mod realist - cu argumentare atât teoretică, cât și practică - a unor situații profesionale uzuale;</li> <li>• Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice;</li> <li>• Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii.</li> </ul>

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Cursul de „Introducere în Teoria Organizațiilor” este conceput astfel încât să permită studenților asimilarea unui cadru conceptual și metodologic solid, specific științelor organizaționale. Obiectivele generale ale cursului vizează, astfel: asimilarea paradigmelor și orientărilor relevante care sunt circumscrise teoriei organizaționale, familiarizarea cu principiile de funcționare ale unei organizații moderne, dar și analiza integrativă a organizației, din perspectiva particularităților structurale, de funcționare și comunicare.
7.2. Obiective specifice	Obiectivele specifice vizează familiarizarea studenților cu tendințele actuale asociate evoluției organizațiilor, cu tipologiile și formele de organizare, înțelegerea specificului unor constructe precum: leadership, motivație, satisfacție în muncă sau cultură



	organizațională, dar și examinarea comunicării ca funcție specifică a managementului organizațional.
--	--

## 8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Observații
1. Perspective introductive privind organizațiile.	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Prelegerile se bazează pe utilizarea de suport Power-Point și pe acces la resurse multimedia
2. Organizația: o analiză structurală.	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	
3. Orientări în managementul organizațiilor.	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	
4. Metode și tehnici de cercetare în științele organizaționale	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	
5. Leadership: modele și orientări teoretice.	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	
6. Perspective moderne în leadership.	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	
7. Personalitate, valori și emoții în context organizațional.	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	
8. Motivație și motivare.	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	
9. Atitudini și comportamente la locul de muncă.	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	
10. Grupuri și echipe de muncă.	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	
11. Comunicarea organizațională.	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	
12. Cultura organizațională.	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	
13. Sănătate organizațională.	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	
14. Schimbarea și dezvoltarea organizațională.	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	

### Bibliografie

- Avram, E și Cooper, C. L. (Eds.) (2008). *Psihologie organizațional-managerială. Tendințe actuale* Iași: Polirom.
- Brown, A. D. (Ed.). (2020). *The Oxford Handbook of Identities in Organizations*. Oxford University Press.
- Barling, J., Kelloway, E. K., & Frone, M. (2005) (Eds.) *Handbook of Work Stress*. CA: Sage Publications.
- Hatch, M. J. (2019). Organization Theory: Modern, Symbolic, and Postmodern Perspectives. *South Asian Journal of Management*, 26(4), 215-218.
- Landy, F. J., & Conte, J. M. (2019). *Work in the 21st century. An introduction to industrial and organizational psychology*. Sixth edition, New York : John Wiley & Sons.
- Powley, E. H., Caza, B. B., & Caza, A. (Eds.). (2020). *Research Handbook on Organizational Resilience*. Edward Elgar Publishing.
- Putnam, L., & Mumby, D. (2013). *The SAGE Handbook of Organizational Communication: Advances in Theory, Research, and Methods*, London: Sage.
- Rogelberg, S. G. (Ed). (2004). *Handbook of Research Methods in Industrial and Organizational*

<p><i>Psychology</i>, London: Blackwell.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Schein, E. H. (2010). <i>Organizational Culture and Leadership (4th Edition)</i>. San Francisco: Jossey-Bass.</li> <li>➤ Salas, D., Rico, R., Passmore, J. (Eds.). (2020). <i>The Wiley Blackwell Handbook of the Psychology of Team Working and Collaborative Processes</i>. John Wiley &amp; Sons.</li> <li>➤ Spector, P. E. (2008). <i>Industrial and Organizational Psychology</i>. Fifth edition, New York : John Wiley &amp; Sons.</li> <li>➤ Tolbert, P.S. &amp; Hall, R. (2009). <i>Organizations: Structures, Processes, and Outcomes</i>. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.</li> </ul>		
<b>8.2. Seminar/laborator</b>		
1. Organizațiile: noțiuni introductive.	Analiza principalelor concepte întâlnite în sfera teoriei organizaționale. Problematizare și studiu de caz.	
2. Brand de angajator	Studiu de caz.	
3. Metode de cercetare în științele organizaționale.	Examinarea specificului cercetării în context organizațional prin problematizare și dezbateri. Identificarea principalelor metode de cercetare organizațională prin prezentarea de studii extrase din literatura de specialitate.	
4. Managementul carierei și marketing personal.	Aplicație practică privind explorarea și gestionarea carierei, respectiv elaborarea materialelor de marketing personal.	
5. Tendințe actuale în context organizațional.	Dezbateri privind particularitățile muncii în secolul XXI.	
6. Prezentarea proiectelor colective.	Analiza prezentărilor realizate de studenți. Dezbateri pe marginea proiectelor prezentate.	
7. Prezentarea proiectelor colective.	Analiza prezentărilor realizate de studenți. Dezbateri pe marginea proiectelor prezentate.	
<b>Bibliografie:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Blomberg, J. (2020). <i>Organization Theory: Management and Leadership Analysis</i>. SAGE.</li> <li>➤ Daft, R. L. (2020). <i>Organization theory &amp; design</i>. Cengage learning.</li> <li>➤ Lawrence, T. B., &amp; Phillips, N. (2019). <i>Constructing organizational life: How social-symbolic work shapes selves, organizations, and institutions</i>. Oxford University Press.</li> <li>➤ Northouse, P. G. (2019). <i>Leadership: theory and practice. Eighth edition</i>. Thousand Oaks, California: SAGE .</li> <li>➤ Robbins, S. P., &amp; Judge, T. A. (2016). <i>Organizational Behavior (17th Edition)</i>. USA: Pearson.</li> <li>➤ Yukl, G., (2010). <i>Leadership in organizations. (Seventh edition)</i>, New Jersey : Pearson.</li> </ul>		

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

- Disciplina este elaborată pe baza unor manuale și materiale de cercetare din domeniu recunoscute la nivel național și internațional.
- Majoritatea tematicilor tratate în cadrul cursului și seminariilor se înscriu în plaja de actualitate a nevoilor și intereselor de studiu și cercetare în domeniu.
- Cadrul didactic deține experiență didactică și practică în domeniul de studiu căruia îi este circumscrisă disciplina Teoria Organizațiilor.

#### 10. Evaluare

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

Curs /Examen	Cunoștințe acumulate pe parcursul semestrului.	Examen scris	50%
Seminar	Gradul de implicare în activitatea de seminar. Cunoașterea principalelor concepte din instrumentarul teoretic al disciplinei  Abilitatea de a aplica cunoștințele acumulate în cadrul seminarului	Proiect de echipa	50%
10.6. Standard minim de performanță:			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cunoașterea principalelor concepte din instrumentarul teoretic al disciplinei;</li> <li>• Abilitatea de a utiliza corect limbajul științific specific domeniului studiat;</li> <li>• Identificarea unor aspectelor disfuncționale și propunerea unei soluții eficiente în direcția stimulării capacității adaptative a unei organizații.</li> </ul>			

Data completării:  
24.09.2020

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

Data avizării în departament:  
30.09.2020

Semnătura directorului de departament:

\_\_\_\_\_

## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Școala Națională de Studii Politice și Administrative
1.2. Facultatea	Facultatea de Comunicare și Relații Publice
1.3. Departamentul	Relații publice
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	Istoria comunicării politice						
2.2. Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Bogdan Teodorescu						
2.3. Titularul activităților de seminar	Dr. Nicolae-Sorin Drăgan						
2.4. Anul de studiu:	III	2.5. Semestrul	1	2.6. Tipul de evaluare	V	2.7. Regimul disciplinei	DC, Opt.

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2. curs	1	3.3. seminar	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5. curs	14	3.6. seminar/laborator	28
<b>Distribuția fondului de timp</b>					<b>Ore</b>
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					15
Tutoriat					5
Examinări					10
Alte activități: susținere de prezentări, simulări, jocuri etc.					13
3.7. Total ore studiu individual					83
3.8. Total ore din planul de învățământ					42
3.9. Total ore pe semestru					125
3.10. Numărul de credite					5

### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

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

### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Platforma de <i>e-learning</i> ZOOM
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	Platforma de <i>e-learning</i> ZOOM

### 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cunoaștere și înțelegere</li> <li>- Introducere în principalele concepte ale comunicării politice</li> <li>- Cunoașterea și utilizarea adecvată a limbajului și noțiunilor specifice disciplinei</li> </ol>
-------------------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cunoașterea principalelor momente istorice aferente fenomenului</li> <li>- Oferirea instrumentelor de bază necesare înțelegerii evoluției teoriilor, tehnicilor și metodelor de-a lungul timpului</li> <li>- Realizarea corelării între momentele istorice determinante și tehnicile de comunicare politică folosite</li> <li>- Urmărirea, din perspectivă istorică, a dezvoltării comunicării politice</li> </ul>
	<p>2. Explicare și interpretare</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Înțelegerea metodelor prin care clasa dominantă a definit și a reglat raporturile cu cetățeanul de-a lungul istoriei</li> <li>- Înțelegerea mecanismelor de manipulare și cenzură din experiența mileniilor de organizare socială</li> <li>- Înțelegerea modului în care dominarea maselor s-a realizat prin mecanisme înțelese, elaborate și asumate de ierarhia oricărei civilizații</li> </ul>
	<p>3. Instrumental-aplicative</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacitatea de a analiza diferitele aspecte ale gândirii sociale, identificarea rolului comunicării în istoria evoluției umane și a comunicării politice în interiorul structurilor ierarhice</li> <li>- Stabilirea de conexiuni între tehnicile de comunicare politică folosite în diverse epoci și cele ale prezentului</li> <li>- Studierea unor texte clasice care au analizat sau doar menționat utilizarea tehnicilor de comunicare politică de-a lungul istoriei</li> </ul>
	<p>4. Atitudinale</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cursul dezvoltă cultura politică a studentului, capacitatea de a înțelege fenomene comunicaționale complexe, de a identifica pașii tactici ai unei campanii de comunicare politică</li> <li>- Cursul îi va permite studentului să acumuleze informații necesare dezvoltării unor abilități de evaluare, analiză și interpretare critică a unor situații de comunicare din perspectiva raportului dintre ierarhie și cetățean atât în mediul apropiat cât și oriunde altundeva în lume.</li> </ul>
Competențe transversale	<p>Exemple:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Preocuparea pentru perfecționarea profesională prin antrenarea abilităților de gândire critică, a disponibilității pentru dialog și interculturalitate în ceea ce privește evoluția mijloacelor de comunicare în masă și a raporturilor dintre ierarhie și cetățean</li> <li>• Dezvoltarea capacității pentru participare activă în viața socială și politică a comunității</li> <li>• Dezvoltarea abilităților de colaborare, flexibilitate și adaptare la modul de lucru în echipă prin provocarea de discuții active și interpretări critice a materialului bibliografic</li> </ul>

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Înțelegerea importanței studierii istoriei comunicării politice. Familiarizarea cu principalele abordări teoretice ale evoluției comunicării dintre autoritate și individ din perspectivă istorică.
7.2. Obiective specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cunoașterea, din perspectivă istorică, a evoluției tehnicilor, metodelor și conceptelor comunicării dintre autoritate și individ de la începuturile organizării administrative până în contemporaneitate;</li> <li>• Deprinderea și utilizarea terminologiei, teoriilor și abordărilor de cercetare specifice</li> </ul>

	<p>disciplinei;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dezvoltarea abilităților de gândire critică, a disponibilității pentru dialog și interculturalitate în ceea ce privește evoluția mijloacelor de comunicare în masă și a raporturilor dintre ierarhie și cetățean.</li> </ul>
--	---

## 8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Observații
14 ore impartite astfel		
1-4 Introducere. Explicarea conceptelor cu care se va opera. Definierea comunicării dintre stat și individ din perspectivă istorică. Lumea veche. Construcția imaginii liderului – relația cu divinitatea, sacralitatea liderului, artefactele puterii, ritualurile, obligațiile și prerogativele liderului, arta dedicată acestuia. Modelele supunerii aplicate în lumea veche, deprinderea acestei supuneri și justificarea ei. Exemple din civilizațiile Egiptului, Mesopotamiei, Indiei, Chinei, poporului evreu, Greciei și Romei. Evidențierea particularităților construcției imaginii liderului în fiecare din aceste civilizații.		
5-7 Modelul comunicațional al creștinismului timpuriu, dezvoltarea coeziunii ideologice între adepții noii religii, învingerea propagandei imperiale romane. Evoluția de la religie ilicită, la cea de religie permisă și apoi de religie unică. Raportarea comunicațională la cei de altă religie și la eretici. Misionarismul mileniului I, prozelitismul religios, educarea misionarilor, cruciadele, antisemitismul, vânătoarea de vrăjitoare. Schisma luterană, avansarea islamului, descoperirea noilor teritorii și evaghelizarea acestora – înființarea <i>Congregatio de Propaganda Fide</i> .		
8-10 Apariția tiparului și apoi a media – apariția centrelor alternative de comunicare. Tehnologie versus cenzură, Index Librorum Prohibitorum. Analiza modului de funcționare al cenzurii ca armă împotriva informației alternative și ca bază pentru constructul propagandistic. Evoluția media, periodicul, cotidianul, trustul de presă, agenția de presă, radioul, televiziunea, media electronică. Analiză a impactului ficțiunii – cinematografia – asupra construcției de imagini.		
11-13 Media în război. Totalitarismul, media controlată de stat. Construcția imaginii dușmanului pe criterii ideologice. Chipul dușmanului colectiv. Exemple din totalitarismul sovietic și cel nazist. Modele de comunicare ale statului totalitar.		
14 Concluzii. Modele contemporane – campania pozitivă, campania negativă, utilizarea canalelor media.		

**Bibliografie**

1. DeFleur, Melvin L., Ball-Rokeach, Sandra, *Teorii ale comunicării de masă*, Editura Polirom, Iași, 1999.
2. Domenach, Jean-Marie, *Propaganda politică*, Institutul European, Iași, 2004.
3. Goldstein, Robert-Justin, *The War for the Public Mind*, Prager, Westport, 2000.
4. Jeanneney, Jean-Noel, *O istorie a mijloacelor de comunicare*, Institutul European, Iași, 1997.
5. Keane, John, *Mass-media și democrația*, Institutul European, Iași, 2000.
6. Sartori Giovanni, *Homo videns. Imbecilizarea prin televiziune și post-gândirea*, Editura Humanitas, 2005.
7. Laswell, Harold D., Lerner, Daniel, Speier, Hans, *Propaganda and Communication in World History*, The Universitu Press of Hawaii, Honolulu, 1979.
8. Pratakis, Anthony, Aronson, Elliot, *Age of Propaganda*, W.H. Freeman and Company, New York, 1992.
9. Roux, Jean-Paul, *Regele. Mituri și simboluri*, Editura Meridiane, București, 2003.
10. Teodorescu. B., *Cinci milenii de manipulare* (ed. a 2-a), Tritonic, București, [2007] (2012).
11. Thomson, Oliver, *Easily Led. A History of Propaganda*, Sutton Publishing, London, 1999.

8.2. Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
Tema 1. Introducere în Istoria Comunicării Politice. Construcția imaginii liderului în Lumea Veche.		
Tema 2. Particularități ale comunicării instituționale în Lumea Veche. Exemple din civilizațiile Egiptului, Mesopotamiei, Indiei, Chinei, poporul evreu, Democrația Ateniană și Republica Romană.		
Tema 3. Practici de comunicare, modelul comunicațional al creștinismului timpuriu.		
Tema 4. Nașterea presei ca instrument alternativ de comunicare. Evoluția mijloacelor de comunicare.		
Tema 5. Media în totalitarism. Modele de comunicare ale statului totalitar.		
Tema 6. Începuturile studiului comunicării politice. Principalele școli de gândire.		
Tema 7. Modele contemporane de comunicare politică. Rolul <i>new-media</i> în stabilirea și evoluția raporturilor de putere din societate.		

**Bibliografie:**

1. Arendt, Hannah, *Originile totalitarismului* (Editia a III-a). Editura Humanitas, Bucuresti, 2014.
2. Coleman, Janet, *History of Political Thought*, Oxford, Malden, Massachusetts: Blackwell, 2000.
3. Dobrescu, P., Bărgăoanu, A., Corbu, N., *Istoria Comunicării*, Editura Comunicare.ro, Bucuresti, 2007.
4. Edelman, Murray, *Politics as Symbolic Action: Mass Arousal and Quiescence*, New York: Academic Press, 1971.
5. Foucault, Michel, *Trebuie Să Apărăm Societatea* (Editia a II-a, Cursuri ținute la Collège de France, 1975-1976), Editura Idea Design & Print, Cluj, 2009.
6. Frazer, James George, *Creanga de Aur* (Vol. I), Editura Minerva, 1980.
7. Habermas, Jürgen, *Sfera publică și transformarea ei structurală* (Editia a II-a), Editura Comunicare.ro,

Bucuresti, 2005.

8. Kaid, L. L. (Ed.), *Handbook of political communication research*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, 2004.
9. McLuhan, Mashall, *Să Înțelegem Media. Extensiile Omului*, Editura Curtea Veche, Bucuresti, 2011.
10. McNair, Brian, *Introducere în comunicarea politică*, Editura Polirom, Bucuresti, 2007.
11. Teodorescu. B., *Cinci milenii de manipulare* (ed. a 2-a), Tritonic, București, [2007] (2012).

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

Programa disciplinei este realizata pentru a raspunde exigentelor angajatorilor si pietei muncii. Metodele de predare vizeaza in principal dezvoltarea lucrului in echipa, dezbaterea, argumentarea si capacitatea de sintetizare. Bibliografiile propuse, atat cea obligatorie cat si cea optionala, urmaresc largirea campului informational al studentului si oferirea de instrumente pentru o intelegere cat mai extinsa a fenomenului studiat.

**10. Evaluare**

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
Curs /Examen	Cunoștințe acumulate pe parcursul semestrului.	Test final / Elaborarea și susținerea unui eseu individual	2/3 (două treimi din nota finală)
Seminar	Gradul de implicare în activitatea de seminar.	Notare prezență, notare contribuții, teste intermediare	1/3 (o treime din nota finală)
	Abilitatea de a aplica cunoștințele acumulate în cadrul cursurilor.	Realizare, în echipă, a unor planuri proiect pentru un proiect la alegere	

**10.4 Standard minim de performanță:**

Cerinte minime pentru nota 5

- Cunoștințe de baza referitoare la concepte și teorii
- Numărul de prezențe trebuie să fie de minimum 5(10 ore) la curs și 4(8 ore) la seminar
- Parcurgerea a macar jumătate din lucrările din bibliografia obligatorie

Cerinte minime pentru nota 10

- Insusirea cunoștințelor prezentate la curs
- Parcurgerea bibliografiei obligatorii și a unor lucrări din cea opțională
- Participă activ la cursuri și seminarii prin înțelegerea și problematizarea temelor și a bibliografiei studiate
- Manifestă gândire critică și creativă, are capacitate de sinteză și argumentare în abordarea subiectelor, problemelor și soluțiilor prezentate în curs și la seminar
- Minimum 6(12 ore) prezențe la curs și 5(10 ore) la seminar

Data completării:  
24.09.2020

Semnătura titularului de curs  
Conf. univ. dr. B. Teodorescu

Semnătura titularului de seminar  
dr. N.-S. Drăgan



Data avizării în departament:  
30.09.2020

Semnătura directorului de departament:

\_\_\_\_\_

## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Școala Națională de Studii Politice și Administrative
1.2. Facultatea	Comunicare și Relații Publice
1.3. Departamentul	Comunicare
1.4. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5. Ciclul de studii	Studii universitare de licență
1.6. Programul de studii/Calificarea	Comunicare și Relații Publice

### 2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Istoria comunicării						
2.2. Titularul activităților de curs	Lector univ. dr. Georgiana Udrea						
2.3. Titularul activităților de seminar	Lector univ. dr. Georgiana Udrea						
2.4. Anul de studiu:	II	2.5. Semestrul	I	2.6. Tipul de evaluare	E	2.7. Regimul disciplinei	DD, Obl.

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar/laborator	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5. curs	28	3.6. seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp					Ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					17
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					30
Pregătire seminarii/laboratoare, teme referate, portofolii și eseuri					25
Tutoriat					0
Examinări					2
Alte activități....					20
3.7. Total ore studiu individual					94
3.8. Total ore din planul de învățământ					56
3.9. Total ore pe semestru					150
3.10. Numărul de credite					6

### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Absolvirea cursului de Teoria comunicării (anul I)
4.2. de competențe	Competențe teoretice generale de teoria comunicării

### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	- sală de curs cu videoproiector
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	- sală de seminar cu videoproiector

### 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>1. Cunoaștere și înțelegere (<i>cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării</li> <li>• Familiarizarea cu principalele școli de gândire în domeniul comunicării,</li> </ul>
-------------------------	---

	<p>stabilirea principalelor corelații de ordin istoric și ideologic între ele;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cunoașterea principalelor concepte și teorii ale comunicării în general, ale comunicării de masă în special</li> </ul>
	<p>2. Explicare și interpretare (<i>explicarea și interpretarea unor idei, proiecte, procese, precum și a conținuturilor teoretice și practice ale disciplinei</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Descrierea tipurilor diferite de audiență/ public implicate în comunicare</li> <li>• Interpretarea diferitelor legături între diversele teorii în domeniul comunicării, explicarea modalităților în care au evoluat și s-au format și a modului de influențare a unora de către celelalte.</li> </ul>
	<p>3. Instrumental-aplicative (proiectarea, conducerea și evaluarea activităților practice specifice: utilizarea unor metode, tehnici și instrumente de investigare și de aplicare)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilizarea unor instrumente de analiză și interpretare specifice pentru caracterizarea principalelor teorii în domeniul comunicării de masă și al analizei discursului.</li> <li>• Construirea unor instrumente de analiză valide din punct de vedere științific, specifice domeniului comunicării.</li> </ul>
	<p>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).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rezolvarea în mod realist - cu argumentare atât teoretică, cât și practică - a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora.</li> <li>• Formarea de atitudini pozitive privind posibilitățile de aplicare ale conceptelor teoretice însușite la diverse situații comunicaționale reale;</li> <li>• Facilitarea legăturilor între studenți și diferite structuri mediatice în vederea efectuării unor stagii de practică în instituții de profil.</li> <li>• Valorificarea creativă a potențialului studenților, prin redactarea unor teme specifice, originale, creative, care să le stimuleze formarea de atitudini pozitive și responsabile față de diferitele forme ale comunicării de masă.</li> </ul>
Competențe transversale	Capacitatea de analiză și sinteză, capacitatea de interpretare

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> <li>• formarea unei culturi generale vaste în domeniul studiului comunicării;</li> </ul>
7.2. Obiective specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>• formarea capacității de a analiza rolul comunicării în societatea contemporană, modul în care evoluează opinia publică, relația dintre comunicare (interindividuală și de masă) și opinia publică;</li> <li>• formarea capacității de a utiliza instrumente de analiză și interpretare sociologice pentru caracterizarea principalelor teorii care explică impactul mijloacelor de comunicare în masă asupra societății;</li> <li>• dezvoltarea gândirii critice, a capacității analitice, a disponibilității pentru dialog și schimb de idei.</li> </ul> <p>La sfârșitul cursului, studentul trebuie să fie capabil să:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• prezinte evoluția teoriilor comunicării în special, ale comunicării de masă în</li> </ul>

	<p>particular, momentele importante și etapele constituirii principalelor școli de gândire și a teoriilor moderne ale comunicării, evoluția gândirii sociologice și influența acestora asupra disciplinei comunicării;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• explice unele fenomene, evenimente prin intermediul teoriilor care alcătuiesc un corpus important al comunicării;</li> <li>• opereze cu elementele teoretice fundamentale în domeniu, pe baza studierii cercetărilor cu valoare de reper în autonomizarea disciplinei de comunicare de masă;</li> <li>• aplice cunoștințele dobândite prin studiul teoriilor moderne ale comunicării în interpretarea sau soluționarea unor situații reale din spațiul public românesc sau internațional.</li> </ul>
--	--

## 8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Observații
1: Curs introductiv (scop, obiective curs, tematică, evaluare)	Prelegere online, suport electronic (ppt), discuții	
2: Lippmann-Dewey, polemică întemeietoare pentru studiul comunicării	Prelegere online, suport electronic (ppt), material audio-video, discuții	
3: Public, mulțime, opinie publică. O contribuție europeană: Gabriel Tarde	Prelegere online, suport electronic (ppt), discuții	
4: Societate vs. Comunitate	Prelegere online, suport electronic (ppt), material audio, discuții	
5: Școala de la Chicago	Prelegere online, suport electronic (ppt), material audio-video, discuții	
6: Școala empirică	Prelegere online, suport electronic (ppt), material audio-video, discuții	
7: Efecte ale comunicării de masă	Prelegere online, suport electronic (ppt), material audio-video, discuții	
8: Școala de la Frankfurt	Prelegere online, suport electronic (ppt), material audio-video, discuții	
9: Studiile culturale britanice	Prelegere online, suport electronic (ppt), material audio-video, discuții	
10: Școala de la Toronto	Prelegere online, suport electronic (ppt), material audio-video, discuții	
11: Media este mesajul. Contribuția lui Marshall McLuhan	Prelegere online, suport electronic (ppt), material audio-video, discuții	
12: Școala de la Palo Alto	Prelegere online, suport electronic (ppt), material audio-video	
13: Școala semiotică	Prelegere online, suport electronic (ppt), material audio-video, discuții	
14: Curs recapitulativ	Prelegere online, suport electronic (ppt), discuții, aplicații	
<p><b>Bibliografie obligatorie</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Deshayee, J. (2019). The Medium Is the Message Is the Metaphor: Cool Reason and the Young Intellectual Public of Marshall McLuhan. <i>Canadian Journal of communication</i> 44(1), pp. 49-68.</li> <li>• Dobrescu, P., Bârgăoanu, A., Corbu, N. (2007), <i>Istoria comunicării</i>. București: Comunicare.ro.</li> <li>• Lesage, F., &amp; Natale, S. (2019). Rethinking the distinctions between old and new media: Introduction. <i>Convergence</i>, 25(4), 575–589.</li> <li>• Simonson, P. (2016). Communication History. <i>The International Encyclopedia of Communication Theory and Philosophy</i> 1–12, doi:10.1002/9781118766804.wbiect180.</li> </ul> <p><b>Bibliografie opțională</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Curran, J., Smith, A., Wingate, P. (eds.) (2013). <i>Impacts and Influences: Media Power in the</i></li> </ul>		

<p><i>Twentieth Century</i>, New York: Routledge.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hirst, M., Harrison, J., &amp; Mazepa, P. (2014.) <i>Communication and new media. From broadcast to narrowcast</i>. Oxford University Press.</li> <li>• Koivisto, J. &amp; Thomas, P. (2008). <i>Mapping Communication and Media Research: Paradigmes, Institutions, Challenges</i>. Research report, ISBN: 978-952-10-5016-9, CRC, University of Helsinki. Available at: <a href="http://www.helsinki.fi/crc/Julkaisut/Koivisto-ThomasPDF.pdf">http://www.helsinki.fi/crc/Julkaisut/Koivisto-ThomasPDF.pdf</a>.</li> <li>• Lippmann, Walter (2009/1922). <i>Opinia publică</i>. București: Comunicare.ro.</li> <li>• Mason, L. (2017). The „Dewey–Lippmann” debate and the role of democratic communication in the Trump age. <i>Dewey studies</i>, 1, 79–110.</li> <li>• McLuhan, M. (2007). <i>Texte esențiale</i>, București, Ed. Nemira.</li> <li>• Pooley, J.D. (2008). „The New History of Mass Communication Research”. In J. Pooley &amp; D. Park (eds.), <i>History of Media and Communication Research: Contested Memories</i>, New York: Peter Lang.</li> </ul>		
8.2. Seminar/laborator	Metode de predare	
1. Seminar introductiv. Proiectul de seminar: noțiuni teoretice și aspecte practice (prezentarea planului seminarului și a modalității de evaluare; detalierea problematicii privind proiectele de echipă; clarificarea procesului și a etapelor parcurse în scopul elaborării unei lucrări științifice).	Prezentare online, syllabus, discuții Proiectul de seminar: noțiuni legate de circumscrierea teoretică a temei alese, clarificări legate de metodologia de cercetare etc.	
2. Opinia publică și new media. De la „imaginile din mintea noastră” la imaginile din „virtualitatea” noastră	- dezbateri online pornind de la tema aferentă seminarului - analiza critică a unor texte fundamentale din domeniu - lucru aplicat cu studenții în echipe	
3. Școala de la Columbia și spiritul empiric	- dezbateri online pornind de la tema aferentă seminarului - analiza critică a unor texte fundamentale din domeniu, studii de caz - lucru aplicat cu studenții în echipe	
4. Școala de la Toronto. Tranzlația culturii colective în mediul virtual	- dezbateri online pornind de la tema aferentă seminarului - analiza critică a unor texte fundamentale din domeniu - lucru aplicat cu studenții în echipe	
5. Școala de la Palo Alto. Axiomele comunicării ca proces social continuu	- dezbateri online pornind de la tema aferentă seminarului - analiza critică a unor texte fundamentale din domeniu - lucru aplicat cu studenții în echipe	
6. Prezentarea și evaluarea proiectelor de seminar	- prezentarea, dezbateri și evaluarea orală a proiectelor de cercetare - propunerea unui punctaj provizoriu pentru fiecare proiect, ce va fi definitivat după evaluarea scrisă a acestora	
7. Seminar recapitulativ (recapitulare și rezolvarea unor grile în vederea pregătirii examenului final).	- dezbateri online pe tematica aferentă tuturor seminarelor - prezentarea detaliată a rezultatelor evaluării semestriale individuale - rezolvarea unor grile în scopul pregătirii examenului final	
<p><b>Bibliografie obligatorie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Barichello, E., &amp; Carvalho, L. (2013). Understanding the digital social media from McLuhan’s idea of</li> </ul>		

medium-ambience. *Matrizes*, 7(1), 235–246.

- Griffin, E. (2012). *A First Look at Communication Theory* (8th ed.) (pp. 181–193). New York: McGraw Hill.
- Lazarsfeld, P. F., Berelson, B., Gaudet, H. (1967). *The People's Choice* (3th ed.) (pp. 13–18). Nova York: Columbia University Press.
- Lippmann, Walter (2009/1922). *Opinia publică* (pp. 6–23; pp. 53–70). București: Comunicare.ro.
- Martino, L. M. S. (2018). Reading 'The People's Choice' in its 70th anniversary: from 'opinion leaders' to 'digital influencers'. *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 41(3), 21–32.
- Mateus, S. (2017). Metacommunication as Second Order Communication – KOME. *An International Journal of Pure Communication Inquiry*, 5(1), 80–90.
- McLuhan, M. (2011). *Să înțelegem media. Extensiile omului*. București: Curtea veche.
- Stein, J.-P., Krause, E., & Ohler, P. (2019). Every (Insta)Gram counts? Applying cultivation theory to explore the effects of Instagram on young users' body image. *Psychology of Popular Media Culture*, 1–41.
- Tarde, G. (2007/1901). *Opinia și mulțimea* (pp. 7–15; pp. 19–24; pp. 63–69). București: Comunicare.ro.

#### Bibliografie opțională:

- Baruah, T. (2012), Effectiveness of Social Media as a tool of communication and its potential for technology enabled connections. A micro-level study. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 2(5), disponibil aici: [http://www.ijsrp.org/research\\_paper\\_may2012/ijsrp-may-2012-24.pdf](http://www.ijsrp.org/research_paper_may2012/ijsrp-may-2012-24.pdf)
- Blum, L. (2004). Stereotypes and Stereotyping: A Moral Analysis. *Philosophical Papers*, 33(3), 251–289. Disponibil la: [http://www.faculty.umb.edu/lawrence\\_blum/publications/publications/A48.pdf](http://www.faculty.umb.edu/lawrence_blum/publications/publications/A48.pdf).
- Bottom, W. P., & Kong, D. T. (2012). "The casual cruelty of our prejudices": on Walter Lippmann's theory of stereotype and its "obliteration" in psychology and social science. *Journal of the history of the behavioral sciences*, 48(4), 363–394.
- Enli, G.S., & Thumim, N. (2012). Socializing and Self-Representation online: Exploring Facebook. *Observatorio (OBS\*)*, 6(1), 87–105.
- Harari, Y. N. (2018). *21 de lectii pentru secolul XXI* (pp. 259–268). București: Editura Polirom.
- Harari, Y. N. (2014). *Sapiens - Scurtă istorie a omenirii* (pp. 496–521). București: Editura Polirom.
- Lesage, F., & Natale, S. (2019). Rethinking the distinctions between old and new media: Introduction. *Convergence*, 25(4), 575–589.
- Lohisse, J. (2002). *Comunicarea. De la transmiterea mecanică la interacțiune*, București: Polirom.
- Seidman, I. (2006). *Interviewing as Qualitative Research. A Guide for Researchers in Education and the Social Science* (3rd Ed.). New-York: Teachers College Press.
- Webster, J.G., & Ksiazek, T.B. (2012). The Dynamics of Audience Fragmentation: Public Attention in an Age of Digital Media. *Journal of Communication*, 62(1), 39–56. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2011.01616.x>.
- Wilder, C. (1979). The Palo Alto Group: Difficulties and Directions of the Interactional View for Human Communication Research. *Human Communication Research*, 5(2), 171–186.

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori 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. Subiecte de tip grilă (9 subiecte + 1 punct din oficiu) – 10 puncte 2. Subiect de sinteză (noțiune teoretică + situație practică) – 10 puncte 3. Nota finală este media	50%

		notelor de la 1. și 2.	
Seminar	1. Evaluare pe parcurs (activitate seminar) 2. Proiect de cercetare (criterii: documentare teoretică, capacitate de argumentare, capacitate de analiză și interpretare critică a unor rezultate obținute în plan empiric) 3. Examen parțial (test grilă din materia parcursă la seminar)	1. Evaluare continuă, pe baza activității la seminar – 3 puncte 2. Proiect de cercetare – 5 puncte 3. Examen parțial (test grilă) – 2 puncte  Nota finală de seminar este suma punctajului obținut la itemii 1., 2. și 3.	50%
10.6. Standard minim de performanță: nota 5 Cerințe minime pentru nota 5 1. Predarea conform deadline-ului stabilit și susținerea orală a temei de seminar (proiectul de cercetare pe echipe) și aprecierea lui cu minimum nota 5 2. Evaluarea pe parcursul seminarului cu minimum nota 5 pentru participare activă la discuții și dezbateri. 3. Minimum 4 prezențe la seminar din 7 10.7. Condiții de participare la restanță sau reexaminare: 1. Menținerea notei de la seminar ca parte din evaluarea finală, inclusiv în sesiunea de restanțe și reexaminări; 2. În cazul studenților care <u>nu</u> au promovat seminarul, nota care va reprezenta 50% din nota finală este 4; totuși, cu această notă de seminar studenții nu se pot prezenta decât în restanță!			

Data completării:  
24.09.2020

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

Data avizării în departament:  
30.09.2020

Semnătura directorului de departament

\_\_\_\_\_

## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Școala Națională de Studii Politice și Administrative
1.2. Facultatea	Facultatea de Comunicare și Relații Publice
1.3. Departamentul	Comunicare
1.4. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5. Ciclul de studii	Studii universitare de licență
1.6. Programul de studii/Calificarea	Comunicare și Relații publice

### 2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	<b>Istoria mass-media</b>						
2.2. Titularul activităților de curs	Conf.univ.dr. Liana Ionescu						
2.3. Titularul activităților de seminar	Conf.univ.dr. Liana Ionescu						
2.4. Anul de studiu:	II	2.5. Semestrul	IV	2.6. Tipul de evaluare	E	2.7.Regimul disciplinei	DD, Opt 2

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar/laborator	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5. curs	28	3.6. seminar/laborator	28
<b>Distribuția fondului de timp proiecte</b>					<b>Ore</b>
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					10
Pregătire seminarii/laboratoare, teme referate, portofolii și eseuri					20
Tutoriat					2
Examinări					2
Alte activități: susținere de prezentări, simulări, jocuri etc.					5
3.7. Total ore studiu individual					69
3.8. Total ore din planul de învățământ					56
3.9. Total ore pe semestru					125
3.10. Numărul de credite					5

### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Noțiuni de teoria și istoria comunicării
4.2. de competențe	Cursul este destinat studenților din anul II, specializarea Comunicare și Relații Publice

### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Sală cu videoproiector, ecran, computer/ Aplicații videoconferință online.
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	Sală cu videoproiector, ecran, computer/ Aplicații videoconferință online.

### 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	1. Cunoaștere și înțelegere
-------------------------	-----------------------------



	<p>1.a. Cunoașterea evoluției mass-media scrise, radio, audiovizuale și online, în plan universal și românesc.</p> <p>1.b.Cunoașterea problematicii istoriei mass-media în contexte largi, european și nord-american, și românesc.</p> <p>1.c.Înțelegerea problematicii istoriei mass-media dintr-o dublă perspectivă: diacronică și sincronică</p> <p>1.d. Înțelegerea rolului libertății de exprimare și a responsabilității mass-media.</p>
	<p><b>2. Explicare și interpretare</b></p> <p>2.a. Cunoașterea evoluției mass-media scrise, radio, audiovizuale și online, în plan universal și românesc.</p> <p>2.b.Cunoașterea problematicii istoriei mass-media în contexte largi, european și nord-american, și românesc.</p> <p>2.c.Înțelegerea problematicii istoriei mass-media dintr-o dublă perspectivă: diacronică și sincronică</p> <p>2.d. Înțelegerea rolului libertății de exprimare și a responsabilității mass-media.</p>
	<p><b>3. Instrumental-aplicative</b></p> <p>3.a.Analiză de caz a presei românești de informare, în relație cu momente de referință din istoria României și istoria universală.</p> <p>3.b.Analiza unor elemente de specificitate ale presei scrise românești. Literatură și jurnalism.</p> <p>3.c. Studiul organizarii unor instituții media audiovizuale din Europa și SUA.</p> <p>3.d. Studiu de caz privind jurnalismul audiovizual.</p>
	<p><b>4. Atitudinale</b></p> <p>4.a.Manifestarea spiritului critic în raport cu discursul jurnalistic informativ.</p> <p>4.b.Dezvoltarea unor atitudini pozitive față de libertatea de exprimare prin mass-media.</p> <p>4.c.Manifestarea discernământului în abordarea problematicii responsabilității mass-media.</p>
Competențe transversale	<p>Capacitate de promovare a valorilor democratice/morale/culturale prin proiecte de comunicare publică.</p> <p>Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipă.</p> <p>Capacitatea de analiza sincronica si diacronica a unor fenomene sociale.</p> <p>Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii.</p> <p>Înțelegerea aspectelor deontologice specifice domeniului comunicării.</p>

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Prezentarea evoluției mass-media scrise, radio, audiovizuale și online, în plan universal și românesc. Abordarea problematicii istoriei mass-media în contexte largi, european și nord-american. Înțelegerea rolului libertății de exprimare și a responsabilității mass-media.
7.2. Obiective specifice	Dezvoltarea capacității de analiză a fenomenului mass-media în contexte social-economice, politice și culturale. Cunoașterea evoluției presei românești de informare, în relație cu momente de referință din istoria României și istoria universală. Dezvoltarea spiritului critic în raport cu discursul jurnalistic informativ. Cultivarea discernământului în abordarea problematicii responsabilității mass-media.

### 8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Observații
1. Mass-media și spațiul public. Comunicarea de masă în context istoric, cultural și tehnologic. Presa și industria	Prelegere interactivă	

tiparului.		
2. Trecere în revistă a evoluției mass-media în lume. Secolele XV–XVII: forme incipiente de presă. Secolul XVIII: presa scrisă, primele cotidiene. Secolul XIX: presa populară; ziare și reviste. Secolul XX: trusturi de presă, bătaia tirajelor, ascensiunea radioului și a televiziunii. Secolul XXI: media tradițională și new media.	Prelegere interactivă	
3. Începuturile presei românești, la hotarul dintre medieval și modern. Secolul al XIX-lea: Primele publicații în limba română. Caracteristici. Presa pașoptistă (1848-1859). Agenții de presă.	Prelegere interactivă	
4. Presa în limba română la sfârșitul secolului XIX și începutul secolului XX. Ziarele de partid ( <i>Timpul</i> ) și presa de largă informare ( <i>Universul, Adevărul</i> ). Presa interbelică. Publicații și condeie de referință.	Prelegere interactivă	
5. Mass-media în lume în secolul XX. Presa – fenomen de masă. Galaxia Marconi. Anii '20: Epoca radioului.	Prelegere interactivă	
6. Secolul XX în România. Începuturile radioului și înființarea postului public de radio. Organizare. Emisiuni tematice.	Prelegere interactivă	
7. Secolul XX în lume. Anii '30: televiziunea – o realitate. Anii '50: Epoca televiziunii.	Prelegere interactivă	
8. România postbelică. Postul public de televiziune: organizare, emisiuni tematice.	Prelegere interactivă	
9. Mass-media în regimul comunist. Cenzura și efectele ei.	Prelegere interactivă	
10. Posturi de radio străine în limba română în timpul regimului comunist: BBC, Radio Europa Liberă, Vocea Americii.	Prelegere interactivă	
11. Istoria recentă (după 1989) a mass-media în țările Europei Centrale și de Est.	Prelegere interactivă	
12. Istoria mass-media în România postcomunistă: publicații, posturi de radio și TV, agenții de presă.	Prelegere interactivă	
13. Secolul XXI în lume și în România. Media online și rețelele sociale - forme de comunicare jurnalistică. Provocări și tendințe.	Prelegere interactivă	
14. Dezbateri recapitulativă. Concluzii.	Dezbateri	
<b>Bibliografie</b>		
Bârgăoanu, Alina, 2018: <i>Fake news. Noua cursă a înarmării</i> , Editura Evrika, București.		
Briggs, Asa, Burke, Peter, 2005 (trad.): <i>Mass-media. O istorie socială. De la Gutenberg la Internet</i> , Iași, Polirom, pp. 152-165, 212-239.		
Dominick, Joseph R., 2009: <i>Ipostazele comunicării de masă. Mass media în era digitală</i> , București, comunicare.ro, pp. 82-104, 118-128, 168-181, 260-269.		
Gross, Peter, 2004: <i>Mass-media și democrația în țările Europei de Est</i> , Iași, Polirom.		
Hangiu, Ion, 2009: <i>Presa românească de la începuturi până în prezent</i> (Vol. II, 1917–1944) București, comunicare.ro		
Ionescu, Liana, 2015, <i>Rețele sociale și comunicare jurnalistică</i> , în Revista de studii media, nr.4, iunie 2015, București, pp.46-54.		
Puchner, Martin, 2018 (trad.): <i>Lumea scrisă. Povești care au schimbat oamenii, istoria, civilizația</i> , Iași, Polirom, cap. 7, pp.119 -136.		
Surugiu, Romina, Ionescu, Liana, 2019: Public Service Media in Romania: The Battle for Independence from Politics, în Konrad Adenauer Stiftung Media Programme SEE, <i>A Pillar of</i>		

*Democracy on Shaky Ground*, pdf, pp.191-214.

\*\*\* Eurocomunicare, 2020: *Dezinformarea sub lupă, Ghid pentru înțelegerea conținutului înșelător din mediul online*, pdf.

\*\*\*European Commission, 2018: *A Multi-dimensional Approach to Disinformation*. Pdf.

\*\*\* *Cenzura în spațiul cultural românesc*, 2005, București, comunicare.ro

\*\*\* *Cenzura - Dosar Dilema*, 2021, în *Dilema veche* nr.876, 21-27 ianuarie 2021, pp. 9-14, at <https://dilemaveche.ro/tag/cenzura>

8.2. Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1, 2. Impactul mass-media asupra societății. Marshall McLuhan și epoca audiovizualului. Predicții și confirmări.	Dezbateri	
3, 4. Ipostazele comunicării de masă: de la tipar la media online. Contextul istoric și cultural. De ce avem nevoie de media?	Dezbateri	
5, 6. Dominația audiovizualului și noul jurnalism.	Dezbateri	
7, 8. Mass-media în era digitală: între informare și dezinformare. Pericolul fake-news.	Dezbateri	
9, 10. Susținerea proiectelor, însoțită de dezbateri	Prezentare și comentarii	
11, 12. Susținerea proiectelor, însoțită de dezbateri	Prezentare și comentarii	
13, 14. Susținerea proiectelor, însoțită de dezbateri	Prezentare și comentarii	

#### **Bibliografie:**

Dobrescu, Paul, Bârgăoanu, Alina, Corbu, Nicoleta, 2007: „Marshall McLuhan: autorul cel mai cunoscut din sfera comunicării”, în *Istoria comunicării*, București, comunicare.ro, pdf, pp.287-312.

Dominick, Joseph R., 2009: *Ipostazele comunicării de masă. Mass media în era digitală*, București, comunicare.ro, Partea I: Natura și istoria comunicării de masă, Capitolul 3: Contextul istoric și cultural, pdf, pp. 54-79.

Isăilă, Emilian, 2021, 18 ian.: „De ce încă mai citim ziarele?” at <https://spotmedia.ro/stiri/media/de-ce-inca-mai-citim-ziarele>

McLuhan, M. 1969: "The Playboy Interview: Marshall McLuhan", in *Playboy Magazine*, March 1969, at *The Playboy Interview (24 December 2009)* <https://www.nextnature.net/story/2009/the-playboy-interview-marshall-mcluhan> sau <https://web.cs.ucdavis.edu/~rogaway/classes/188/spring07/mcluhan.pdf>

Nichols Tom, 2019 (trad.): *Sfârșitul competenței*, Iași, Polirom, Cap.5, pp.153-190.

Scruton, Roger, 2010: *Hiding Behind the Screen*, în *The New Atlantis Journal*, Summer 2010, pp. 48-60, <http://www.thenewatlantis.com/publications/hiding-behind-the-screen>

\*\*\**The Media: Operation Decontamination*, 2017: în *UNESCO Courier*, nr.2 July-September, pdf, pp. 6-27.

[www.antifake.ro](http://www.antifake.ro)

[www.convorbirieuropene.ro](http://www.convorbirieuropene.ro)

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

- Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare.
- Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipă multidisciplinară, cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice
- Promovarea valorilor democratice/morale/culturale prin proiecte de comunicare publică.

- Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii.

### 10. Evaluare

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
Curs	Cunoștințe teoretice și aplicative acumulate pe parcursul semestrului.	Examen. Proiect de absolvire realizat în echipă (3-7 studenți), susținut online în cadrul seminarului.	50%
Seminar	Gradul de implicare în activitatea de seminar.	Minimum 4 prezențe. Notarea temelor de seminar. Minimum nota 5 la evaluarea pe parcursul semestrului.	50%

10.4 Standard minim de performanță (nota 5):

- Cunoașterea principalelor momente din evoluția mass-media scrise, radio, audiovizuale și online, în plan universal și românesc.
- Cunoașterea evoluției presei românești de informare, în relație cu momente de referință din istoria României și istoria universală.
- Realizarea unui proiect pe baza tematicii de curs/seminar.

Data completării:  
24.09.2020

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

Data avizării în departament:

30.09.2020

Semnătura directorului de departament:

\_\_\_\_\_

## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Scoala Nationala de Studii Politice si Administrative
1.2 Facultatea	Comunicare si relatii publice
1.3 Departamentul	Relatii publice
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii	Licenta
1.6 Programul de studii/Calificarea	Comunicare si relatii publice

### 2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	<b>Leadership</b>						
2.2 Titularul activităților de curs	<b>Lector univ. dr. Camelia Crisan</b>						
2.3 Titularul activităților de seminar	<b>Lector univ. dr. Camelia Crisan</b>						
2.4 Anul de studiu	3	2.5 Semestrul	6	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	DS, Opt

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	28
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					
Examinări					4
Alte activități.....					
<b>3.7 Total ore studiu individual</b>	94				
<b>3.9 Total ore pe semestru</b>	150				
<b>3. 10 Numărul de credite</b>	6				

#### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	<ul style="list-style-type: none"><li>• NA</li></ul>
4.2 de competențe	<ul style="list-style-type: none"><li>• NA</li></ul>

#### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sala, videoproiector, conexiune la internet</li></ul>
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sala, videoproiector, conexiune la internet</li></ul>

#### 6. Competențele specifice acumulate

<b>Com peten țe profe siona le</b>	Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în procesul de relații publice Asistență de specialitate în gestionarea comunicării de criză și/sau în medierea conflictelor de comunicare Identificarea strategiilor de conducere eficiente a grupurilor de lucru
<b>Com peten țe trans versa le</b>	Rezolvarea în mod realist - cu argumentare atât teoretică, cât și practică - a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora Aplicarea tehnicilor de muncă eficiente în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	La finalul acestui curs studenții va fi în măsură să utilizeze un cadru conceptual de referință, vor dispune de abilitățile necesare pentru evaluarea eficienței unui anumit stil de leadership și de analiză a comportamentelor unor lideri, indiferent de domeniul în care aceștia activează
7.2 Obiectivele specifice	Identifice teoriile clasice ale conducerii; Identifice teoriile moderne ale conducerii; Analizeze stilul de conducere al diferșilor lideri; Aplice teoria învățată în rafinarea propriului comportament de leadership.

## 8. Conținuturi

Metode de predare	Observații
Prelegere	
Vizionare material video si prelegere	
Vizionare material video si dezbateri	
Studii de caz si prelegere	
Vizionare material video si prelegere	
Vizionare material video si prelegere	
Studii de caz si dezbateri	
Studii de caz si prelegere	
Vizionare material video si prelegere	
Vizionare material video si prelegere	
Studii de caz si prelegere	
Studii de caz si prelegere	
Studii de caz si prelegere	
Vizionare material video si prelegere	

## Bibliografie

- Adair, J. (1990). *Great leaders*, Brookwood, Talbot Adair Press.
- Avolio, B. J., & Yammarino, F. J. (2003). *Transformational and charismatic leadership: The road ahead*. Oxford: Elsevier Press.
- Badaracco, J.L. (2009). *Probă de caracter*. București: Publica.
- Barbery, M. (2020). *Eleganța ariciului*. București: Nemira.
- Card, O. S. (2015). *Jocul lui Ender*. București: Nemira.
- Isaacson, W. (2012). *Steve Jobs*. București: Publica.
- Hewlett, S. A. (2014). *Executive Presence*. New York: HarperCollins
- Johnson, P. (2017). *Churchill*. București: Humanitas
- Machiavelli, N. (1944). *Principele*, București, Tiparul Universitar.
- Fowler, S. (2016). *Noua știință a motivării*. București: Publica.
- Fussell, C., Silverman, D. Macchrystal, S. și T. Collins. (2016). *Echipa de echipe*. București: Publica.
- Pitariu, H. D. (1994). *Managementul resurselor umane. Măsurarea performanțelor profesionale*, București, Editura ALL.
- Pitariu, H. D., & Sîntion, F. (2003). *Psihologia luptătorului*, București, Editura Militară.
- Rodham Clinton, H. (2016) *Decizii dificile*. București: RAO.
- Schwartzberg, R.S. (1995). *Statul spectacol*. București: Scripta.
- Skloot, R. (2018). *Viața nemuritoare a Henriettei Lacks*. București: Publica
- Sinek, S. (2017). *Liderii mănâncă ultimii*. București: Publica.
- Zlate, M. (2004a). *Leadership și management*, Iași, Polirom.
- Zlate, M. (2004b). *Tratat de psihologie organizațional-managerială, Vol. I*, Iași Polirom



Metode de predare	Observații
Discurs, intrebari si raspunsuri	
Studii de caz si dezbateri	
Dezbateri	
Discurs, intrebari si raspunsuri	
Studii de caz si dezbateri	
Discurs, intrebari si raspunsuri	
Vizionare film si dezbateri	
Intrebari si raspunsuri	
<p>Bibliografie:</p> <p>Kenneth R. Jennings și John Stahl - Wert. 2020. Liderul slujitor. București: Editura Spadugino.</p> <p>Tomas Chamorro Premuzic. 2019. Why do so many incompetent men become leaders (and how to fix it). Harvard Business Review Press: Boston, Massachusetts.</p> <p>Stephen R. Covey. 2016. Cele 7 deprinderi ale persoanelor eficiente. București: ALL.</p> <p>Michele Obama. 2018. Povestea mea. București: Litera.</p> <p>Daren Acemoglu și James A. Robinson. 2019. De ce eșuează națiunile. București: Litera.</p> <p>Simon Sinek. 2018. Începe cu de ce. București: Publica.</p>	

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

Cursul va scoate în evidență cele mai importante și actuale teorii în domeniul leadership-ului, așa cum sunt ele studiate în acest moment în majoritatea cursurilor din lume, bibliografia este actuală și bazată în mare parte pe cercetări care au apărut în reviste academice de prestigiu.

## 10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4	Evaluarea intermediara	Realizarea unui eseu audio de 3 min pe baza unei cărți de leadership parcurse de studenți	30%
	Evaluare finala	Un proiect de final care va include caracterizarea stilului de leadership, în baza teoriilor studiate, a unei persoane care a influențat viața studentului - familie, școală, organizații unde lucrează sau este/ a fost voluntar.	70 %
<b>10.6 Standard minim de performanță</b> Exprimare corectă, coerentă în limba română. Evaluarea corectă a relevanței datelor incluse în eseuri, argumentarea punctelor de vedere, organizarea logică a ideilor, punerea în relație a faptelor cu teoria, concluzii pertinente.			
<b>Predarea înainte de finalizarea semestrului a eseului audio</b> , prezența activă la 3 cursuri și 3 seminarii. Nota obținută la evaluarea intermediară și cea obținută la eseu final se cumulează și trebuie să fie minim 5.			

Data completării

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

24.09.2020

Data avizării în departament

Semnătura directorului de departament

30.09.2020

.....

**FIȘA DISCIPLINEI  
LIMBA ENGLEZĂ  
NIVEL AVANSAT**

**1. Date despre program**

1.1 Instituția de învățământ superior	Școala Națională de Studii Politice și Administrative
1.2 Facultatea	Facultatea de Comunicare și Relații Publice
1.3 Departamentul	Relații publice
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii	Universitar de licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	Comunicare și relații publice

**2. Date despre disciplină**

2.1 Denumirea disciplinei		Limba engleză					
2.2 Titularul activităților de curs							
2.3 Titularul activităților de seminar		Asist. univ. dr. Livia Popa					
2.4 Anul de studiu	I	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare	V	2.7 Regimul disciplinei	Fac

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	2	din care: curs		3.1 seminar/laborator	3
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: curs	3.1	3.1 seminar/laborator	42
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					18
Tutoriat					
Examinări					10
Alte activități.....					
3.7. Total ore studiu individual					58
3.8. Total ore din planul de învățământ					42
3.9. Total ore pe semestru					100
3.10. Numărul de credite					4

**4. Precondiții (acolo unde este cazul)**

4.1 de curriculum	
-------------------	--

4.2 de competențe	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Competențe de limba engleză (reading, writing, listening, use of English) la nivel avansat</li> </ul>
-------------------	--

### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sala de curs/seminar cu videoproiector</li> </ul>
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sala de curs/seminar cu videoproiector</li> </ul>

### 6. Competențele specifice acumulate

<b>Competențe profesionale</b>	<p>1. Cunoaștere și înțelegere (<i>cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării</li> </ul> <p>Cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei: studentul poate face diferența între diferite tipuri de texte și registre și le poate interpreta conținutul în mod critic și creativ, poate indentifica și analiza diferite arii tematice și situații de comunicare</p> <p>2. Explicare și interpretare</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Studentul poate explica și interpreta noi idei, procese, proiecte precum și conținuturile teoretice și practice ale disciplinei, poate explica diferențele între forme gramaticale și lexicale complexe, poate aplica cunoștințele dobândite în situații curente de comunicare</li> </ul> <p>3. Instrumental- aplicative</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilizarea unor metode, tehnici și instrumente specifice: studentul poate produce texte comunicaționale diferite, poate utiliza vocabularul tematic în elaborarea de lucrari cu conținut academic și in proiecte</li> <li>• Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC) în studiul limbii engleze</li> </ul> <p>4. Atitudinale</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicarea, în mod adecvat, a cunoștințelor dobândite in situații comunicaționale și sociale specifice: studentul poate folosi competențele de discernamânt și evaluare țin situații comunicaționale diverse, poate lucra în echipă, are o atitudine creativă și poate găsi soluții optime în situații conflictuale</li> </ul>
--------------------------------	---

<b>Competențe transversale</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rezolvarea în mod realist - cu argumentare atât teoretică, cât și practică - a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora</li> <li>• Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice</li> </ul>
------------------------------------	---

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dezvoltarea capacității de exprimare orală și scrisă în limba engleză la nivel intermediar, a competențelor de înțelegere și interpretare a unor conținuturi cu grad mare de dificultate</li> </ul>
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Exprimarea opiniei și a atitudinii critice și justificarea lor</li> <li>• Însușirea și aprofundarea vocabularului tematic</li> <li>• Aprofundarea structurilor lexicale și morfo-sintactice</li> <li>• Producerea unor texte cu conținut academic complex</li> <li>• Redactarea de materiale specifice cu finalități comunicative diferite</li> <li>• Susținerea unui discurs. Participarea la dezbateri</li> </ul>

## 8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1 Social Media. The Internet in the New Millenium. Expressing Present and Future Time. The relative Pronoun. Building paragraphs.	Dezbateri, lucru cu studenții	Google Classroom
2-3 Legal Aspects of the Rainbow Warrior Affair. Past tenses. Informal Letter.	lucru cu studenții, exerciții	-----,,-----
4 Tips for a Carreer. Perfect tenses. Adjectives. Descriptions. Evaluation and self-evaluation.	Dezbateri, lucru cu studenții	-----,,-----
5 Advertising and Publicity. Nouns. Formal Letters. Register.	Exerciții cu studenții	-----,,----- -
6-7 Five Misunderstandings of Case Studies Verb agreement. Reported Speech. Writing narrations.	Abordare interactivă, lucru cu studenții	-----,,-----

8. Language and Communication. Reporting events. Reports.	Exerciții cu studenții Abordare interactiva	-----,,-----
9 Refresh and Review. Mid-term review.	Exerciții și lucru cu studenții	-----,,-----
10- 11 Words as Friends for All Seasons. Text structure.	Dezbateri. Exerciții și lucru cu studenții. Analiza unui text.	
12. Popular Culture and Social Media. Colloquations. Phrasal Verbs.	Exerciții. Abordare interactiv.	
13. Convention, Novelty and Modernity, A New Approach for a New Century. Verb with infinitive/ing form. Emphasis.	Exerciții și lucru cu studenții.	-----,,-----
14. Refresh and Review- revision.	Exerciții.	

### Bibliografie

Oshima, A., Hogue, A., Writing Academic English, Pearson Longman, 2014  
Hewings, M., Thaine, C., Firth, M., Sowton, C., Cambridge Academic English, Cambridge University Press, 2014  
Vicary, A., English for Academic Study: Grammar for Writing, Garnet Education, 2014  
Cambridge English Advanced for Revised Exams, Cambridge University Press, 2015  
Harrison, M., Cambridge English Proficiency Practice Tests, Oxford University Press, 2015  
McCarthy, M., & O'Dell, F., English Vocabulary in Use for Advanced Students, Cambridge University Press, 2018  
Hewings, M., Grammar for CAE and Proficiency, Cambridge University Press, 2017  
Materiale din presa scrisa din Marea Britanie si Statelor Unite ( The Times, Time Magazine, The Washington Post, The Financial Times, The Economist, The Week, The Guardian etc.).

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

- Studentul va putea aborda și elabora texte cu grad ridicat de dificultate, va putea folosi structuri și termeni de specialitate adecvati domeniului de specializare

### 10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- participare activă	- Evaluarea participării- frecvența și calitatea participării	25%

10.5 Seminar/laborator	-performanța la seminar -predarea de teme în timpul semestrului -participarea la minim patru seminarii	-evaluarea performantei la seminar inclusiv evaluarea pe parcurs prin teste , a temelor	25%
	- prezentarea la verificarea scrisa	- Evaluarea performanței la verificarea scrisa	50%
10.6 Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prezentarea a trei teme, participarea la dezbateri și discuții din timpul seminarului, obținerea notei 5 (cinci) la verificarea scrisa.</li> </ul>			

Data completării  
24. 09. 2020

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar  
Asist.univ. dr. Livia Popa

Data avizării în departament

Semnătura directorului de departament

30.09.2020

**FIȘA DISCIPLINEI  
LIMBA ENGLEZĂ  
NIVEL INTERMEDIAR**

**1. Date despre program**

1.1 Instituția de învățământ superior	Școala Națională de Studii Politice și Administrative
1.2 Facultatea	Facultatea de Comunicare și Relații Publice
1.3 Departamentul	Relații publice
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii	Universitar de licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	Comunicare și relații publice

**2. Date despre disciplină**

2.1 Denumirea disciplinei	Limba engleză						
2.2 Titularul activităților de curs							
2.3 Titularul activităților de seminar	Asist. univ. dr. Livia Popa						
2.4 Anul de studiu	I	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare	V	2.7 Regimul disciplinei	Fac

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2 curs		3.1 seminar/laborator	3
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs		3.1 seminar/laborator	42
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					10
Tutoriat					
Examinări					18
Alte activități.....					
3.7. Total ore studiu individual					58
3.8. Total ore din planul de învățământ					42
3.9. Total ore pe semestru					100
3.10. Numărul de credite					4

**4. Precondiții (acolo unde este cazul)**

4.1 de curriculum	
-------------------	--



4.2 de competențe	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Competențe de limba engleză (reading, writing, listening, use of English) la nivel intermediar</li> </ul>
-------------------	--

### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sala de curs/seminar cu videoproiector</li> </ul>

### 6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>1. Cunoaștere și înțelegere (<i>cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării</li> </ul> <p>Cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei: studentul poate face diferența între diferite tipuri de texte și registre și le poate interpreta conținutul în mod critic și creativ, poate indentifica și analiza diferite arii tematice și situații de comunicare</p> <p>2. Explicare și interpretare</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Studentul poate explica și interpreta noi idei, procese, proiecte precum și conținuturile teoretice și practice ale disciplinei, poate explica diferențele între forme gramaticale și lexicale complexe, poate aplica cunoștințele dobândite în situații curente de comunicare</li> </ul> <p>3. Instrumental- aplicative</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilizarea unor metode, tehnici și instrumente specifice: studentul poate produce texte comunicaționale diferite, poate utiliza vocabularul tematic în elaborarea de lucrari cu conținut academic și in proiecte</li> <li>• Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC) în studiul limbii engleze</li> </ul> <p>4. Atitudinale</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicarea, în mod adecvat, a cunoștințelor dobândite in situații comunicaționale și sociale specifice: studentul poate folosi competențele de discernamânt și evaluare țin situații comunicaționale diverse, poate lucra în echipă, are o atitudine creativă și poate găsi soluții optime în situații conflictuale</li> </ul>
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rezolvarea în mod realist - cu argumentare atât teoretică, cât și practică - a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora</li> <li>• Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice</li> </ul>

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dezvoltarea capacității de exprimare orală și scrisă în limba engleză la nivel intermediar, a competențelor de înțelegere și interpretare a unor conținuturi cu grad mare de dificultate</li> </ul>
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>Exprimarea opiniei și a atitudinii critice și justificarea lor</li> <li>Însușirea și aprofundarea vocabularului tematic</li> <li>Aprofundarea structurilor lexicale și morfo-sintactice</li> <li>Producerea unor texte cu conținut academic complex</li> <li>Redactarea de materiale specifice cu finalități comunicative diferite</li> <li>Susținerea unui discurs. Participarea la dezbateri</li> </ul>

## 8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1 Language and Culture Present and Future Tenses. Article (I) Building paragraphs.	Dezbatere, lucru cu studenții	Google Classroom
2-3. The Legal Aspects of the Rainbow Warrior Affair. Expressing past time. Article. (II) Informal letters.	lucru cu studenții, exerciții	-----,,-----
4 Tips for a Career. Perfect tenses. Adjectives. Descriptions.	Dezbatere, lucru cu studenții	-----,,-----
5. Censorship, Control and Freedom of Speech Plural of Nouns. Formal Letters.	Exerciții cu studenții	-----,,----- -
6-7 Five Misunderstandings of Case Studies Verb agreement. Reported Speech. Writing Narrations.	Abordare interactivă, lucru cu studenții	-----,,-----
8. Safety of Personal Information.. Reporting events.	Exerciții cu studenții Abordare interactivă	-----,,-----
9 Refresh and Review. Mid-term review.	Exerciții și lucru cu studenții	-----,,-----
10- 11 Words as Friends for All Seasons. Text structure.	Dezbatere. Exerciții și lucru cu studenții. Analiza unui text.	
12. Paperbooks vs. Ebooks. Colloquations. Phrasal Verbs.	Exerciții. Abordare	

13. Convention, Novelty and Modernity, A New Approach for a New Century. Verb with infinitive/ing forms. Emphasis.	interactiv. Exerciții și lucru cu studenții.	-----,,-----
14. Refresh and Review- revision.	Exerciții.	

### Bibliografie

Oshima, A., Hogue, A., Writing Academic English, Pearson Longman, 2014  
Hewings, M., Thaine, C., Firth, M., Sowton, C., Cambridge Academic English, Cambridge University Press, 2014  
Vicary, A., English for Academic Study: Grammar for Writing, Garnet Education, 2014  
Cambridge English Advanced for Revised Exams, Cambridge University Press, 2015  
Harrison, M., Cambridge English Proficiency Practice Tests, Oxford University Press, 2015  
McCarthy, M., & O'Dell, F., English Vocabulary in Use for Advanced Students, Cambridge University Press, 2018  
Hewings, M., Grammar for CAE and Proficiency, Cambridge University Press, 2017  
Materiale din presa scrisa in limba engleza ( The Times, Time Magazine, The Washington Post, The Financial Times, The Week, The Economist etc.)

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

- Studentul va putea aborda și elabora texte cu grad mediu de dificultate, va putea folosi structuri și termeni de specialitate adecvati domeniului de specializare

### 10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- participare activă	- Evaluarea participării și a temelor	25%
	-predarea de teme în timpul semestrului		
10.5 Seminar/laborator	-performanța la seminar -predarea de teme în timpul semestrului -participarea la minim patru seminarii	-evaluarea performantei la seminar inclusiv evaluarea pe parcurs prin teste , a temelor	25%
	- prezentarea la verificarea scrisa	- Evaluarea performanței la verificarea scrisa	50%

10.6 Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"><li>• Prezentarea a trei teme, participarea la dezbateri și discuții din timpul seminarului, obținerea notei 5 (cinci) la verificarea scrisa.</li></ul>			

Data completării  
24. 09. 2020

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar  
Asist.univ. dr. Livia Popa

Data avizării în departament

Semnătura directorului de departament

30.09.2020

**FIȘA DISCIPLINEI  
LIMBA ENGLEZĂ  
NIVEL AVANSAT**

**1. Date despre program**

1.1 Instituția de învățământ superior	Școala Națională de Studii Politice și Administrative
1.2 Facultatea	Facultatea de Comunicare și Relații Publice
1.3 Departamentul	Relații publice
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii	Universitar de licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	Comunicare și relații publice

**2. Date despre disciplină**

2.1 Denumirea disciplinei	Limba engleză						
2.2 Titularul activităților de curs							
2.3 Titularul activităților de seminar	Asist. univ. dr. Livia Popa						
2.4 Anul de studiu	I	2.5 Semestrul	II	2.6 Tipul de evaluare	V	2.7 Regimul disciplinei	Fac.

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2 curs		3.3 seminar/laborator	3
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.1 curs		3.6 seminar/laborator	42
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					10
Tutoriat					
Examinări					18
Alte activități.....					
3.7. Total ore studiu individual					58
3.8. Total ore din planul de învățământ					42
3.9. Total ore pe semestru					100
3.10. Numărul de credite					4

**4. Precondiții (acolo unde este cazul)**

4.1 curriculum de	•
-------------------	---

4.2 de competențe	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Competențe de limba engleza(reading,writing, listening, use of English) la nivel avansat</li> </ul>
-------------------	--

### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sala de curs/seminar cu videoproiector</li> </ul>

### 6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cunoaștere și înțelegere (<i>cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei</i>) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării</li> </ul> <p>Cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei: studentul poate face diferența între diferite tipuri de texte și registre și le poate interpreta conținutul în mod critic și creativ, poate indentifica și analiza diferite arii tematice și situații de comunicare</p> </li> <li>2. Explicare și interpretare <ul style="list-style-type: none"> <li>• Studentul poate explica și interpreta noi idei, procese,proiecte precum și conținuturile teoretice și practice ale disciplinei, poate explica diferențele între forme gramaticale și lexicale complexe, poate aplica cunoștințele dobândite în situații curente de comunicare</li> </ul> </li> <li>3. Instrumental- aplicative <ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilizarea unor metode, tehnici și instrumente specifice: studentul poate produce texte comunicaționale diferite, poate utiliza vocabularul tematic în elaborarea de lucrari cu conținut academic și in proiecte</li> <li>• Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare( NTIC) în studiul limbii engleze</li> </ul> </li> <li>4. Atitudinale <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicarea, în mod adecvat, a cunoștințelor dobândite in situații comunicaționale și sociale specifice: studentul poate folosi competențele de discernamânt și evaluare țin situații comunicaționale diverse, poate lucra în echipă, are o atitudine creativă și poate găsi soluții optime în situații conflictuale</li> </ul> </li> </ol>
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rezolvarea în mod realist - cu argumentare atât teoretică, cât și practică - a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora</li> <li>• Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice</li> </ul>

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dezvoltarea capacității de exprimare orală și scrisă în limba engleză la nivel avansat, a competențelor de înțelegere și interpretare a unor conținuturi cu grad mediu de dificultate</li> </ul>
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>Exprimarea opiniei și a atitudinii critice și justificarea lor</li> <li>Însușirea și aprofundarea vocabularului tematic</li> <li>Aprofundarea structurilor lexicale și morfo-sintactice</li> <li>Producerea unor texte cu conținut academic complex</li> <li>Redactarea de materiale specifice cu finalități comunicative diferite</li> <li>Susținerea unui discurs. Participarea la dezbateri</li> </ul>

## 8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1.The Dawns of the New Millenium. Relative Clauses. Outline and structure of essays. (Review)	Dezbateri, exerciții cu studenții	Google Classroom
2-3 The New Clock Culture. Modal Verbs . The Passive. Register(Review). Exposition.	Exerciții cu studenții, Lucru pe text.	-----,,-----
4-5 Diversity, Alterity, Similarity. Modal Verbs(II). Argumentation. Argumentative essays.	Lucru cu studentii, abordare interactivă- dezbateri	-----,,-----
6. Representation and Interaction. Argumentation. Opinion and persuasion. Causatives.	Dezbateri, exercitii cu studenții studiu pre text	-----,,-----
7. Refresh and Review- mid-term revision	Lucrare aplicativă cu studenții, exerciții	-----,,-----
8-9 The Power of ,what if'. Conditional Clauses.(I) Expressing wishes. Articles and reviews.	Exerciții, lucru cu studenții	-----,,-----
10-11 Elite Schools. Conditional Clauses(II). Media Discourse. 12. Language, Business and Globalization. Other Meands of expressing condition. Writing information sheets.	Exerciții și lucru cu studenții  Exerciții și lucru cu studenții.	-----,,-----
13. Advertising- stereotypes and biases. Reported		

Speech . The Subjunctive.	Exerciții, dezbateri.	
14. Refresh and Review	Lucru cu studenții	-----,,-----

### Bibliografie

Oshima, A.& Hogue,A., Writing Academic English, Pearson Longman, 2014  
Hewings, M.,Thaine,C.,Firth, M.,Sowton, C. ,Cambridge Academic English, Cambridge University Press, 2014  
Vicary, A., English for Academic Study: Grammar for Writing, Garnet Education, 2014  
Cambridge English Advanced for Revised Exams, Cambridge University press, 2015  
Harrison, M.,Cambridge English Proficiency Practice Tests,Oxford University Press, 2015  
McCarthy, M.,&O’Dell, F.,English Vocabulary in Use for Advanced Students, Cambridge University Press,2018  
Hewings, M., Grammar for CAE and Proficiency, Cambridge University Press , 2017.  
Materiale din presa scrisa din Marea Britanie si Statele Unite ( Time Magazine, The Times, The Financial Times, The Week. The Economist, The Washington Post, The Guardian etc.).

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

- Studentul va putea aborda și elabora texte cu grad ridicat de dificultate, va putea folosi structuri și termeni de specialitate adecvati domeniului de specializare

### 10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- participare activă	Evaluarea participării – frecvența și calitatea implicării pr parcursul desfășurării cursului	25%
10.5 Seminar/laborator	-predarea de teme în timpul semestrului - susținerea unui discurs pe o tema la alegere -participarea la minim 4 seminarii	-evaluarea performantei la seminar inclusiv evaluarea pe parcurs prin teste, a temelor și a discursului	25%
	- prezentarea la verificarea scrisa	Evaluarea performanței la verificarea scrisa	50%
10.6 Standard minim de performanță			



- Prezentarea a trei teme teme, participarea la dezbateri și discuții din timpul seminarului, obținerea notei 5 (cinci) la verificarea scrisa.

Data completării  
24. 09. 2020

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar  
Asist.univ. dr. Livia Popa

Data avizării în departament

Semnătura directorului de departament

30.09.2020

**FIȘA DISCIPLINEI  
LIMBA ENGLEZĂ  
NIVEL INTERMEDIAR**

**1. Date despre program**

1.1 Instituția de învățământ superior	Școala Națională de Studii Politice și Administrative
1.2 Facultatea	Facultatea de Comunicare și Relații Publice
1.3 Departamentul	Relații publice
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii	Universitar de licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	Comunicare și relații publice

**2. Date despre disciplină**

2.1 Denumirea disciplinei	Limba engleză						
2.2 Titularul activităților de curs							
2.3 Titularul activităților de seminar	Asist. univ. dr. Livia Popa						
2.4 Anul de studiu	I	2.5 Semestrul	II	2.6 Tipul de evaluare	V	2.7 Regimul disciplinei	Fac.

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2 curs	3.1 seminar/laborator	3
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	3.1 seminar/laborator	42
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				10
Tutoriat				
Examinări				18
Alte activități.....				
3.7. Total ore studiu individual				58
3.8. Total ore din planul de învățământ				42
3.9. Total ore pe semestru				100
3.10. Numărul de credite				4

**4. Precondiții (acolo unde este cazul)**

4.1 de curriculum	•
4.2 de	• Competente de limba engleza(reading, writing, listening, use of English) la

competențe	nivel intermediar
------------	-------------------

### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sala de curs/seminar cu videoproiector</li> </ul>

### 6. Competențele specifice acumulate

<b>Competențe profesionale</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Cunoaștere și înțelegere (<i>cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei</i>) <ul style="list-style-type: none"> <li>Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării</li> </ul> <p>Cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei: studentul poate face diferența între diferite tipuri de texte și registre și le poate interpreta conținutul în mod critic și creativ, poate indentifica și analiza diferite arii tematice și situații de comunicare</p> </li> <li>Explicare și interpretare <ul style="list-style-type: none"> <li>Studentul poate explica și interpreta noi idei, procese, proiecte precum și conținuturile teoretice și practice ale disciplinei, poate explica diferențele între forme gramaticale și lexicale complexe, poate aplica cunoștințele dobândite în situații curente de comunicare</li> </ul> </li> <li>Instrumental- aplicative <ul style="list-style-type: none"> <li>Utilizarea unor metode, tehnici și instrumente specifice: studentul poate produce texte comunicaționale diferite, poate utiliza vocabularul tematic în elaborarea de lucrari cu conținut academic și in proiecte</li> <li>Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare( NTIC) în studiul limbii engleze</li> </ul> </li> <li>Atitudinale <ul style="list-style-type: none"> <li>Aplicarea, în mod adecvat, a cunoștințelor dobândite in situații comunicaționale și sociale specifice: studentul poate folosi competențele de discernamânt și evaluare țin situații comunicaționale diverse, poate lucra în echipă, are o atitudine creativă și poate găsi soluții optime în situații conflictuale</li> </ul> </li> </ol>
<b>Competențe transversale</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rezolvarea în mod realist - cu argumentare atât teoretică, cât și practică - a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora</li> <li>Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice</li> </ul>

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dezvoltarea capacității de exprimare orală și scrisă în limba engleză la nivel avansat, a competențelor de înțelegere și interpretare a unor conținuturi cu grad mediu de dificultate</li> </ul>
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>Exprimarea opiniei și a atitudinii critice și justificarea lor</li> <li>Însușirea și aprofundarea vocabularului tematic</li> <li>Aprofundarea structurilor lexicale și morfo-sintactice</li> <li>Producerea unor texte cu conținut academic complex</li> <li>Redactarea de materiale specifice cu finalități comunicative diferite</li> <li>Susținerea unui discurs. Participarea la dezbateri</li> </ul>

## 8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Climate Changes. Relative Clauses. Outline and structure of essays.	Dezbateri, exerciții cu studenții	Google Classroom
2-3 The New Clock Culture. Modal Verbs . Register(Formal/Informal). Exposition.	Exercițiul cu studenții, Lucru pe text.	-----,,-----
4-5 News vs Fake News. Modal Verbs(II). Argumentation. Argumentative essays.	Lucru cu studenții, abordare interactivă-dezbateri	-----,,-----
6. The World We Live In. Argumentation. Opinion and persuasion. Public Speaking.	Dezbateri, exerciții cu studenții studiu pre text	-----,,-----
7 Refresh and Review- mid-term revision	Lucrare aplicativă cu studenții, exerciții	-----,,-----
8-9 Success and Achievement. Conditional Clauses.(I) Expressing wishes. Articles and reviews.	Exerciții, lucru cu studenții	-----,,-----
10-11 Mass Media Educational Role. Conditional Clauses(II). Media Discourse. 12. Face to Face vs Long Distance Communication. Other Means of expressing condition. Writing information sheets.	Exerciții și lucru cu studenții  Exerciții și lucru cu studenții.	-----,,-----
13. Dealing with Epidemics. The Subjunctive. Public Speaking. (II)		

	Exerciții, dezbateri.	
14. Refresh and Review	Lucru cu studenții	-----,,-----

### Bibliografie

Oshima, A.& Hogue,A., Writing Academic English, Pearson Longman, 2014  
Hewings, M.,Thaine,C.,Firth, M.,Sowton, C. ,Cambridge Academic English, Cambridge University Press, 2014  
Vicary, A., English for Academic Study: Grammar for Writing, Garnet Education, 2014  
Cambridge English Advanced for Revised Exams, Cambridge University press, 2015  
Harrison, M.,Cambridge English Proficiency Practice Tests,Oxford University Press, 2015  
McCarthy, M.,&O’Dell, F.,English Vocabulary in Use for Advanced Students, Cambridge University Press,2018  
Hewings, M., Grammar for CAE and Proficiency, Cambridge University Press , 2017.  
Materiale din presa scrisa in limba engleza ( The Times, Time Magazine, Newsweek, The Guardian, The Economist, The Financial Times, The Wassington Post etc.)

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

- Studentul va putea aborda și elabora texte cu grad ridicat de dificultate, va putea folosi structuri și termeni de specialitate adecvati domeniului de specializare

### 10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- participare activă	Evaluarea participării – frecvența și calitatea implicării pr parcursul desfășurării cursului	25%
10.5 Seminar/laborator	-predarea de teme în timpul semestrului - susținerea unui discurs pe o tema la alegere -participarea la minim 4 seminarii	-evaluarea performantei la seminar inclusiv evaluarea pe parcurs prin teste, a temelor și a discursului	25%
	- prezentarea la verificarea scrisa	Evaluarea performanței la verificarea scrisa	50%
10.6 Standard minim de performanță			

- Prezentarea a trei teme teme, participarea la dezbateri și discuții din timpul seminarului, obținerea notei 5 (cinci) la verificarea scrisa.

Data completării  
24. 09. 2020

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar  
Asist.univ. dr. Livia Popa

Data avizării în departament  
30.09.2020

Semnătura directorului de departament

**FIȘA DISCIPLINEI  
LIMBA ENGLEZĂ  
NIVEL AVANSAT**

**1. Date despre program**

1.1 Instituția de învățământ superior	Școala Națională de Studii Politice și Administrative
1.2 Facultatea	Facultatea de Comunicare și Relații Publice
1.3 Departamentul	Relații publice
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii	Universitar de licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	Comunicare și relații publice

**2. Date despre disciplină**

2.1 Denumirea disciplinei		Limba engleză					
2.2 Titularul activităților de curs							
2.3 Titularul activităților de seminar		Asist. univ. dr. Livia Popa					
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare	V	2.7 Regimul disciplinei	DC. Obl

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	2	din care: 3.2 curs		3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	28	din care: 3.5 curs		3.6 seminar/laborator	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					20
Tutoriat					
Examinări					12
Alte activități.....					
3.7. Total ore studiu individual					72
3.8. Total ore din planul de învățământ					28
3.9. Total ore pe semestru					100
3.10. Numărul de credite					4

**4. Precondiții (acolo unde este cazul)**

4.1 curriculum de	•
-------------------	---

4.2 de competențe	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Competențe de limba engleza(reading,writing, listening, use of English) la nivel avansat</li> </ul>
-------------------	--

### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sala de curs/seminar cu videoproiector</li> </ul>

### 6. Competențele specifice acumulate

<b>Competențe profesionale</b>	<p>1. Cunoaștere și înțelegere (<i>cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării</li> </ul> <p>Cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei: studentul poate face diferența între diferite tipuri de texte și registre și le poate interpreta conținutul în mod critic și creativ, poate indentifica și analiza diferite arii tematice și situații de comunicare</p> <p>2. Explicare și interpretare</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Studentul poate explica și interpreta noi idei, procese,proiecte precum și conținuturile teoretice și practice ale disciplinei, poate explica diferențele între forme gramaticale și lexicale complexe, poate aplica cunoștințele dobândite în situații curente de comunicare, in elaborarea de texte complexe cu tematici specifice si variate ( articole, eseuri, scrisori etc).</li> </ul> <p>3. Instrumental- aplicative</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilizarea unor metode, tehnici și instrumente specifice: studentul poate produce texte comunicaționale diferite, poate utiliza vocabularul tematic în elaborarea de lucrari cu conținut academic și in proiecte</li> <li>• Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare( NTIC) în studiul limbii engleze</li> </ul> <p>4. Atitudinale</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicarea, în mod adecvat, a cunoștințelor dobândite in situații comunicaționale și sociale specifice: studentul poate folosi competențele de discernamânt și evaluare țin situații comunicaționale diverse, poate lucra în echipă, are o atitudine creativă și poate găsi soluții optime în situații conflictuale</li> </ul>
<b>Competențe transversale</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rezolvarea în mod realist - cu argumentare atât teoretică, cât și practică - a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora</li> <li>• Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice</li> </ul>



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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dezvoltarea capacității de exprimare orală și scrisă în limba engleză la nivel avansat, a competențelor de înțelegere și interpretare a unor conținuturi cu grad mare de dificultate</li> </ul>
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Exprimarea opiniei și a atitudinii critice și justificarea lor</li> <li>• Însușirea și aprofundarea vocabularului tematic</li> <li>• Aprofundarea structurilor lexicale și morfo-sintactice</li> <li>• Producerea unor texte cu conținut academic complex</li> <li>• Redactarea de materiale specifice cu finalități comunicaționale diferite</li> <li>• Susținerea unui discurs. Participarea la dezbateri</li> </ul>

## 8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1.-2.When Times becomes Tense. The Impact of the Technological Development on Interpersonal Communication. Chapter and research paper	Reading comprehension/text approach Exercitii si explicatii	Google Classroom
3.Journalism and Ethics. Mediation and Mediatization in a Globalized Era For and Against essays	Lucru cu studenții, Abordare interactiva	Google Classroom,
4.Representation and Interaction. Beyond Gestures- How much We Learn from Others Exposition and persuasion	Lucru cu studentii, abordare interactivă Reading comprehension/text approach	-----,,-----
5.Europe Unbound. Intercultural Communication. Research paper writing.	exercitii cu studenții	-----,,-----
6. Advertising. Mass Media and Dependency. Media discourse.	Lucrare aplicativă cu studenții	-----,,-----
7.Critical Awareness, Beliefs and Values. Reflective writing. Report.	Exerciții, lucru cu studenții Text approach	-----,,-----

8. Quality and Values in Times of Change. Cause and Effect essays.(I)	Exerciții și lucru cu studentii	-----,,-----
9. Public vs. Commercial Channels. Posters, brochures, leaflets.	Abordare interactivă. Dezbateri. Exerciții.	-----,,-----
10. The Challenge of Communication. Reflecting writing (II)	Reading/text approach Lucru cu studentii.	-----,,-----
11. In search of Fellowship. Public speaking.(I)	Reading/text approach Lucru cu studentii.	-----,,-----
12. The Ambiguity of Certainty. Again on Argumentation. Public speaking(II).	Lucru cu studentii. Exercitii	-----,,-----
13-14. Refresh and Review. Revision.	Exerciții cu studentii.	-----,,-----

### Bibliografie

Oshima, A.& Hogue,A., Writing Academic English, Pearson Longman, 2014  
Hewings, M.,Thaine,C.,Firth, M.,Sowton, C. ,Cambridge Academic English, Cambridge University Press, 2014  
Vicary, A., English for Academic Study: Grammar for Writing, Garnet Education, 2014  
Cambridge English Advanced for Revised Exams, Cambridge University press, 2015  
Harrison, M.,Cambridge English Proficiency Practice Tests,Oxford University Press, 2015  
McCarthy, M.,&O'Dell, F.,English Vocabulary in Use for Advanced Students, Cambridge University Press,2018  
Hewings, M., Grammar for CAE and Proficiency, Cambridge University Press , 2017.

\*\*\*

Publicatii si presa in limba engleza (Time Magazine, Newsweek, The Financial Time, The Week, Washington Post etc.)

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

- Studentul va putea aborda și elabora texte cu grad ridicat de dificultate, va putea folosi structuri și termeni de specialitate adecvati domeniului de specializare

### 10. Evaluare

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

			nota finală
10.4 Curs	- participare activă	Evaluarea participării -frecvența și calitatea participării	25%
10.5 Seminar/laborator	-performanța la seminar -predarea de teme in timpul semestrului - participarea la minim 4 seminarii	-evaluarea performantei la seminar, inclusiv evaluarea pe parcurs ( teste, speaking), evaluarea temelor	25%
	- prezentarea la examenul scris	- Evaluarea performanței la examenul scris	50%
10.6 Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prezentarea a minimum trei teme, participarea la dezbateri și discuții din timpul seminarului, obținerea notei 5 (cinci) la examenul scris.</li> </ul>			

Data completării  
24. 09. 2020

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar  
Asist.univ. dr. Livia Popa

Data avizării în departament

Semnătura directorului de departament

30.09.2020

## 1. FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Școala Națională de Studii Politice și Administrative
1.2. Facultatea	Facultatea de 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	<b>MANAGEMENTUL PROIECTELOR</b>						
2.2. Titularul activităților de curs	prof.univ.OPRAN Constantin Gheorghe						
2.3. Titularul activităților de seminar	prof.univ.OPRAN Constantin Gheorghe						
2.4. Anul de studiu:	III	2.5. Semestrul	VI	2.6. Tipul de evaluare	E	2.7.Regimul disciplinei	DC, Opt

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	5	din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar/laborator	3
3.4. Total ore din planul de învățământ	70	din care: 3.5. curs	28	3.6. seminar/laborator	42
<b>Distribuția fondului de timp</b>					<b>Ore</b>
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					20
Tutoriat					15
Examinări					5
Alte activități: susținere de prezentări, simulări, jocuri etc.					-
3.7. Total ore studiu individual					80
3.8. Total ore din planul de învățământ					70
3.9. Total ore pe semestru					150
3.10. Numărul de credite					6

### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Etica în comunicare, Gestionarea crizelor de imagine
4.2. de competențe	Mass media și societatea, Cultură corporativă

### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Sala de curs cu videoproiector
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	Sala de seminar cu videoproiector potrivită lucrului în echipă

### 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<b>1. Cunoaștere și înțelegere</b> 1.1. Inițierea proiectelor. Indicatori de succes și insucces în cadrul proiectelor.
-------------------------	---

	<p>1.2.Societatea organizată prin proiecte. 1.3.Relațiile de management. 1.4.Managementul unei organizații 1.5.Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării în proiecte.</p> <p><b>2. Explicare și interpretare</b> 2.1.Sistemul integrat pentru obținerea unui succes economic. Caracterizare sistemul de management. Componentele sistemului de management. 2.2.Activitățile unui manager în cadrul proiectului. Tipuri de manager. Calități ale managerului de proiect. Funcțiile managerului. Activități manageriale. Stiluri de management. 2.3.Rezolvarea în mod realist - cu argumentare atât teoretică, cât și practică - a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora.</p> <p><b>3. Instrumental-aplicative</b> 3.1.Elaborarea unei propuneri de proiect pentru o temă la alegerea unei echipe de cursanți. 3.2.Descrierea tipurilor diferite de audiență / public implicate în comunicarea în managementul proiectelor.</p> <p><b>4. Atitudinale</b> 4.1.Importanța managementului administrării resurselor materiale în proiecte (managementul aprovizionării). Strategii manageriale utilizate în administrarea resurselor materiale ale proiectului 4.2.Elemente de principiu privind managementul calității. Managementul calității totale (TQM). Procesul de management al calității totale ca fractal. Legătura dintre managementul calității totale și standarde de calitate ISO 4.3.Identificarea și utilizarea elementelor specifice de deontologie și de responsabilitate socială</p>
Competențe transversale	<p>1.Managementul calității proiectului: sistemul calității, planificarea calității, asigurarea calității, controlul calității 2.Elemente de principiu privind managementul financiar al proiectului 3.Autoevaluarea propunerii de proiect: obiective; planul de lucru; managementul proiectului; exploatarea rezultatelor; diseminarea informațiilor. 4.Managementul proiectelor prin comparare și adaptare. Managementul proiectelor folosind teoria constrângerilor. 5.Deprinderea lucrului în echipa de proiect. 6.Rezolvarea de probleme specifice unui proiect interdisciplinar. 7.Rezolvarea situațiilor conflictuale din cadrul unui proiect.</p>

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Crearea și dezvoltarea abilităților de managementul proiectelor pentru realizarea cu succes a proiecte în cadrul sistemelor economico-politice concurențiale globalizate cu însușirea de către cursanți a următoarelor domenii: mediu strategic al proiectelor; management; manager; schimbarea, modernizarea și re-proiectarea managementului; proiect; managementul proiectului; managementul prin proiecte; managementul administrării resurselor materiale în cadrul proiectelor; managementul riscurilor în proiecte; managementul calității proiectului; managementul financiar al proiectului; autoevaluarea și evaluarea proiectului; realizarea, controlul și monitorizarea proiectului; managementul afacerilor prin proiecte.
7.2. Obiective	1.Însușirea de către cursanți a tehnicilor de elaborare a unei propuneri de proiect;

specifice	<p>2.Însușirea de către cursanți a elementelor de baza privind managementul proiectelor, managementul de proiect și manager de proiect;</p> <p>3.Însușirea de către cursanți a tehnicilor de autoevaluare și evaluare a propunerilor de proiect și proiectelor;</p> <p>4.Însușirea de către cursanți a tehnicilor de implementare, realizare și monitorizare a proiectelor.</p> <p>5.Elaborarea unei propuneri de proiect pentru o temă la alegerea unei echipe de cursanți.</p>
-----------	--

## 8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Observații
<b>CURS 1. MANAGEMENTUL ORGANIZAȚIILOR PRIN PROIECTE .</b> Cooperarea și parteneriatul internațional. Inițierea proiectelor. Indicatori de succes și insucces în cadrul proiectelor. Societatea organizată prin proiecte. Programele Uniunii Europene în România.	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Videoproiector necesar
<b>CURS 2. MANAGEMENT.</b> Definiție management. Caracterizarea management. Funcțiile managementului. Relațiile de management. Managementul unei organizații. Caracteristicile relațiilor de management. Sistemul integrat pentru obținerea unui succes economic. Caracterizare sistemul de management. Componentele sistemului de management. Subsistemul metodologic. Subsistemul decizional. Subsistemul informațional. Subsistemul organizatoric.	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Videoproiector necesar
<b>CURS 3. MANAGER.</b> Definiție și caracterizare manager. Activitățile unui manager în cadrul proiectului. Tipuri de manager. Calități ale managerului de proiect. Funcțiile managerului. Activități manageriale. Stiluri de management. Relațiile cu superiorii și subordonații. Rolul managerului în cadrul unui consorțiu/echipă de proiect.	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Videoproiector necesar
<b>CURS 4. SCHIMBAREA, MODERNIZAREA ȘI REPROIECTAREA MANAGEMENTULUI.</b> Definiția schimbării. Factori care generează schimbarea. Factori care susțin schimbarea. Factori de rezistență la schimbare. Aspecte ale rezistenței la schimbare. Modernizarea managerială. Reproiectarea managementului.	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Videoproiector necesar
<b>CURS 5. PROIECT.</b> Definiția proiectului. Caracterizarea proiectului. Conceptul de proiect. Planificarea proiectului-model detaliat. Matricea logică a proiectului. Aspecte menționate în cadrul unei propuneri de proiect. Cuprinsul unui proiect. Elaborarea propunerii de proiect. Ciclu de viață al unui proiect. Variante de realizare ale proiectului. Metode și instrumente pentru conducerea corectă a unui proiect. Elemente componente pentru gestiunea proiectului. Elemente componente ciclului de viață a proiectului. Studii de caz privind ciclu de viață al proiectului.	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Videoproiector necesar
<b>CURS 6. MANAGEMENTUL PROIECTULUI.</b>	Prezentarea orală a	Videoproiector

Definiție și caracterizare managementul proiectului. Funcțiile managementului de proiect. Caracterizare managementul proiectelor. Planificarea și conducerea proiectului. Integrarea tehnologiei informației în realizarea obiectivului proiectului. Structura integrată: managementul proiectului, client, ofertă. Funcțiile comitetului de conducere al proiectului. Studiu de fezabilitate. Planul de afaceri. Managementul asistat de calculator al proiectului. Părți interesate în realizarea proiectului.	conținutului cursurilor în fața studenților	necesar
<b>CURS 7. MANAGEMENTUL PRIN PROIECTE.</b> Caracterizarea managementului prin proiecte. Variante organizatorice de management prin proiecte. Managementul pe bază de proiecte cu responsabilitate individuală. Managementul de proiecte pe bază de stat major. Managementul pe bază de proiect mixt. Etapele managementului prin proiecte. Stabilirea colectivului de proiect. Desemnarea managerului de proiect. Alegerea variantelor organizatorice. Precizarea modalităților de control. Avantajele utilizării managementului prin proiecte. Dezavantajele utilizării managementului prin proiecte.	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Videoproiector necesar
<b>CURS 8. MANAGEMENTUL ADMINISTRĂRII RESURSELOR MATERIALE ÎN CADRUL PROIECTULUI.</b> Resursele materiale în cadrul proiectului. Importanța managementului administrării resurselor materiale în proiecte (managementul aprovizionării). Strategii manageriale utilizate în administrarea resurselor materiale ale proiectului. Managementul stocurilor de materiele în cadrul proiectelor. Proceduri de aprovizionare pentru proiecte.	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Videoproiector necesar
<b>CURS 9. MANAGEMENTUL RISCULUI ÎN PROIECTE.</b> Elemente de principiu privind teoria riscurilor. Managementul riscurilor în proiecte. Abordarea unui proiect utilizând managementul riscului. Managerii de risc. Atitudinea managerilor față de risc. Elemente de bază ale psihologiei riscului. Influența factorilor de risc asupra deciziei manageriale. Diferențele culturale și managementul riscului. Managementul riscurilor și al conflictelor în preoiecte. Managementul riscurilor în cazul situațiilor de criză ce apar la realizarea proiectelor. Managementul conflictelor. Gestionarea riscului unui proiect de investiții.	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Videoproiector necesar
<b>CURS 10. MANAGEMENTUL CALITĂȚII PROIECTULUI.</b> Elemente de principiu privind managementul calității. Managementul calității totale (TQM). Procesul de management al calității totale ca fractal. Legătura dintre managementul calității totale și standarde de calitate ISO. Modele de management al calității. Managementul calității proiectului: sistemul calității, planificarea calității, asigurarea calității,	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Videoproiector necesar

controlul calității.		
<b>CURS 11. MANAGEMENTUL FINANCIAR AL PROIECTULUI.</b> Elemente de principiu privind managementul financiar al proiectului. Caracterizarea costurilor unui proiect. Bugetul proiectului. Finanțarea proiectului. Eșalonarea plăților. Decontarea unei etape realizate. Decontarea cheltuielilor. Cheltuieli directe. Cheltuieli indirecte. Cheltuieli cu dotări independente și studii. Structura detaliată pe faze a costului global al proiectului. Devize cadru. Relația dintre metodele de management și costul global al proiectului. Responsabilitățile partenerilor proiectului. Managementul costului proiectului. Evaluarea financiară a proiectului. Auditul financiar.	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Videoproiector necesar
<b>CURS 12. AUTOEVALUAREA ȘI EVALUAREA PROIECTULUI.</b> Autoevaluarea propunerii de proiect: obiective; planul de lucru; managementul proiectului; exploatarea rezultatelor; diseminarea informațiilor. Evaluarea propunerii de proiect: elemente de principiu; criterii de evaluare; etapele evaluării. Poziția evaluatorului față de consoțiu. Caracterizarea evaluatorului. Psihologia evaluatorului.	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Videoproiector necesar
<b>CURS 13. REALIZAREA, CONTROLUL ȘI MONITORIZAREA PROIECTULUI.</b> Contractare proiect. Controlul proiectului. Plan de implementare tehnologic. Finalizare proiect. Monitorizarea proiectului. Utilizarea rezultatelor proiectelor.	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Videoproiector necesar
<b>CURS 14. METODE AVANSATE ÎN MANAGEMENTUL PROIECTELOR.</b> Managementul proiectelor prin comparare și adaptare. Managementul proiectelor folosind teoria constrângerilor.	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Videoproiector necesar
<b>Bibliografie curs:</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ANTONUCCI Domenic; 2017; <i>Creating and Measuring Effective Cybersecurity Capabilities</i>; John Wiley &amp; Sons, Inc. Hoboken, New Jersey; USA</li> <li>2. BARCLAY Corlane; OSEI-BRYSON Kweku-Muata; 2015; <i>Strategic Project Management; Contemporary Issues and Strategies for Developing Economies</i>; CRC Press;</li> <li>3. BENDIC Vasile; <u>OPRAN Constantin Gheorghe</u>; 2017; <i>Managementul succesului in afaceri prin proiecte</i>; Editura BREN; Bucuresti</li> <li>4. <u>BRINER Wendy</u>; HASTINGS Colin; GEDDES Michael; 2006; <i>Project Leadership- Second Edition</i>; Publishing by Gower; Burlington, USA.</li> <li>5. <u>GRAHAM J.Robert</u>; ENGLUND L. Randall; 2004; <i>Creating Environment for Successful Projects- Second Edition</i>; John Wiley &amp; Sons, Inc., USA</li> <li>6. LUNDGREN E, Regina; MCMAKIN H. Andreea; 2018; <i>Risk Communication, A Handbook for Communicating, Environmental, Safety and Health Risks</i>; John Wiley &amp; Sons, Inc., Hoboken, New Jersey; USA.</li> <li>7. MILOSEVIC Dragan; MARTINELLI Russ J.; WADDELL James M.; 2007; <i>Program Management for Improved Business.Results</i>; John Wiley &amp; Sons, Inc., Haboken, New Jersey;</li> <li>8. MULCAHY, Rita; 2010; <i>Risk Management; Tricks of the Trade for Project Managers and PMI – RMP Exam Prep Guide, A COURSE IN A BOOK</i>, Second Edition; RMC Publication, Inc., USA</li> <li>9. <u>OPRAN Constantin Gheorghe</u>; 2014; <i>Managementul proiectelor</i>; Editura comunicare.ro; Bucuresti;</li> </ol>		



<p>10. <u>OPRAN, Constantin</u>; STAN, Sergiu; 2008; <i>Managementul proiectelor</i>; Editura BREN; București, România;</p> <p>11. <u>OPRAN, Constantin</u>; STAN, Sergiu; ABAZA, Bogdan; NASTASĂ, Steluța; 2002; <i>Managementul proiectelor</i>; Editura comunicare.ro; București, România;</p> <p>12. PRITCHARD, Carl; 2014; <i>The Project Management Communications Toolkit</i>; Artech House, Norwood, MA, USA.</p> <p>13. PHILIPS, Joseph; 2013; <i>Project Management Professional Study Guide, Fourth Edition</i>; Mc Graw Hill, New York, USA;</p> <p>14. SEICIU Petre Lucian.; <u>OPRAN Constantin.</u>; SEICIU Dana; 2009; <i>Managementul Proiectelor Ingineresti, editura Politehnica Press, Bucuresti Romania</i>;</p> <p>15. SHENHAR, J. Aaron; MILOSEVIC Dragan, DVIR, Dov; THAMHAIN, Hans; 2007; <i>Linking project management to business strategy</i>, Project Management Institute, Pennsylvania, USA.</p> <p>16. USTUNDAG Alp; CEVIKCAN Emre; 2018; <i>Industry 4.0; Managing The Digital Transformation</i>; Springer International Publishing AG ; Cham, Switzerland.</p> <p>17. WANG Lihui; WANG Xi Vincent; 2018; <i>Cloud-Based Cyber-Physical Systems in Manufacturing</i>; Springer International Publishing AG ; Cham, Switzerland.</p> <p>18. ***; <i>A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOOK Guide)-Sixth Edition</i>; 2017, PMI-Project Management Standard; Project Management Institute, PA, USA;</p>		
<b>8.2. Seminar/laborator</b>	<b>Metode de predare</b>	<b>Observații</b>
Elaborarea unei propuneri de proiect pentru o temă la alegerea unei echipe de cursanți		
<b>1. Seminar/Proiect 1</b> Analiza necesității proiectului. Stabilirea obiectivelor proiectului. Stabilirea coordonatorului proiectului. Titlu. Acronim.	Prezentarea unor aplicații și lucrul în echipă pentru rezolvarea tematicii seminarului	Videoproiector necesar
<b>2. Seminar/Proiect2</b> Elaborarea rezumatului proiectului. Studiu de fezabilitate		
<b>3. Seminar/Proiect 3</b> Elaborarea pre-propunerii proiectului; obiective; activități;	Prezentarea unor aplicații și lucrul în echipă pentru rezolvarea tematicii seminarului	Videoproiector necesar
<b>4. Seminar /Proiect 4</b> Elaborarea pre-propunerii proiectului; Definierea activităților; raportări și rezultate estimate		
<b>5. Seminar/Proiect 5</b> Planul de lucru și metodologia de realizare a obiectivelor proiectului. Descrierea activitatilor si subactivitatilor proiectului.	Prezentarea unor aplicații și lucrul în echipă pentru rezolvarea tematicii seminarului	Videoproiector necesar
<b>6. Seminar /Proiect 6</b> Descrierea activităților și subactivităților proiectului, obiective, activități, raportări, rezultate prevăzute		
<b>7. Seminar/Proiect 7</b> Organigrama de dependență a proiectului (grafic PERT).	Prezentarea unor aplicații și lucrul în echipă pentru rezolvarea tematicii seminarului	Videoproiector necesar
<b>8. Seminar/Proiect 8</b> Organigrama desfășurării proiectului cu programarea activităților (grafic GANNT).	Prezentarea unor aplicații și lucrul în echipă pentru rezolvarea tematicii seminarului	Videoproiector necesar
<b>9. Seminar / Proiect 9</b> Conducerea și administrarea proiectului. Schema de		

management a proiectului. Descrierea managementului de proiect		
<b>10. Seminar/Proiect 10</b> Modalități de gestiune și control. Evaluarea rezultatelor proiectului.	Prezentarea unor aplicații și lucrul în echipă pentru rezolvarea tematicii seminarului	Videoproiector necesar
<b>11.Seminar /Proiect 11</b> Aspecte socio-economice. Plan de implementare tehnologică a rezultatelor proiectului. Drepturi de proprietate intelectuală.	Prezentarea unor aplicații și lucrul în echipă pentru rezolvarea tematicii seminarului	Videoproiector necesar
<b>12. Seminar/Proiect 12</b> Analiza financiară a proiectului.		
<b>13. Seminar/Proiect 13</b> Analiza financiară a proiectului		
<b>14. Seminar/Proiect 14</b> Evaluarea proiectului.		
<b>Bibliografie seminar:</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ANTONUCCI Domenic; 2017; <i>Creating and Measuring Effective Cybersecurity Capabilities</i>; John Wiley &amp; Sons, Inc. Hoboken, New Jersey; USA</li> <li>2. BARCLAY Corlane; OSEI-BRYSON Kweku-Muata; 2015; <i>Strategic Project Management; Contemporary Issues and Strategies for Developing Economies</i>; CRC Press;</li> <li>3. BENDIC Vasile; <u>OPRAN Constantin Gheorghe</u>; 2017; <i>Managementul succesului in afaceri prin proiecte</i>; Editura BREN; Bucuresti</li> <li>4. LUNDGREN E, Regina; MCMAKIN H. Andreea; 2018; <i>Risk Communication, A Handbook for Communicating, Environmental, Safety and Health Risks</i>; John Wiley &amp; Sons, Inc., Hoboken, New Jersey; USA.</li> <li>5. MILOSEVIC Dragan; MARTINELLI Russ J.; WADDELL James M.; 2007; <i>Program Management for Improved Business Results</i>; John Wiley &amp; Sons, Inc., Hoboken, New Jersey;</li> <li>6. MULCAHY, Rita; 2010; <i>Risk Management; Tricks of the Trade for Project Managers and PMI – RMP Exam Prep Guide, A COURSE IN A BOOK</i>, Second Edition; RMC Publication, Inc., USA</li> <li>7. <u>OPRAN Constantin Gheorghe</u>; 2014; <i>Managementul proiectelor</i>; Editura comunicare.ro; Bucuresti;</li> <li>8. <u>OPRAN, Constantin</u>; STAN, Sergiu; 2008; <i>Managementul proiectelor</i>; Editura BREN; București, România;</li> <li>9. <u>OPRAN, Constantin</u>; STAN, Sergiu; ABAZA, Bogdan; NASTASĂ, Steluța; 2002; <i>Managementul proiectelor</i>; Editura comunicare.ro; București, România;</li> <li>10. PRITCHARD, Carl; 2014; <i>The Project Management Communications Toolkit</i>; Artech House, Norwood, MA, USA.</li> <li>11. PHILIPS, Joseph; 2013; <i>Project Management Professional Study Guide, Fourth Edition</i>; Mc Graw Hill, New York, USA;</li> <li>12. SEICIU Petre Lucian.; <u>OPRAN Constantin.</u>; SEICIU Dana; 2009; <i>Managementul Proiectelor Ingineresti, editura Politehnica Press, Bucuresti Romania</i>;</li> <li>13. SHENHAR, J. Aaron; MILOSEVIC Dragan, DVIR, Dov; THAMHAIN, Hans; 2007; <i>Linking project management to business strategy</i>, Project Management Institute, Pennsylvania, USA.</li> <li>14. USTUNDAG Alp; CEVIKCAN Emre; 2018; <i>Industry 4.0; Managing The Digital Transformation</i>; Springer International Publishing AG ; Cham, Switzerland.</li> <li>15. WANG Lihui; WANG Xi Vincent; 2018; <i>Cloud-Based Cyber-Physical Systems in Manufacturing</i>; Springer International Publishing AG ; Cham, Switzerland.</li> <li>16. ***; <i>A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK Guide)-Sixth Edition</i>; 2017, PMI-Project Management Standard; Project Management Institute, PA, USA;</li> </ol>		

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

1. Disciplina este elaborată pe baza unor manuale și materiale cu caracter științific și recunoscute internațional
2. Titularul cursului are experiența de 28 ani în managementul proiectelor fiind manager proiect la 7 proiecte de cercetare dezvoltare naționale și responsabil proiect partener la 8 proiecte cercetare dezvoltare naționale.

**10. Evaluare**

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
Curs /Examen	<b>Cunoștințe acumulate pe parcursul semestrului.</b> Definirea corectă a conceptelor de bază ale fiecărei teme, recunoașterea principalelor teorii și paradigme și a principalelor metode de cercetare. Să cunoască diversele abordări, paradigme și teorii relevante în tratarea oricărei teme a disciplinei. Să poată analiza, compara și interpreta diferitele concepte centrale ale disciplinei.	<b>Test final</b> Examenul final va cuprinde atât întrebări închise, de tip grilă, cât și întrebări deschise	40% (40 puncte din 100 puncte posibile)
Seminar	<b>Gradul de implicare în activitatea de seminar.</b>	Notare prezență, notare contribuții, teste intermediare	20% (20 puncte din 100 puncte posibile)
	<b>Abilitatea de a aplica cunoștințele acumulate în cadrul cursurilor.</b> Elaborarea unei propuneri de proiect conform îndrumarului cu abordarea corectă a tematicilor.	Realizare, în echipă, a unei propuneri de proiect pentru o tematică la alegerea echipei de proiect cu acordul titularului de disciplină.	40% (40 puncte din 100 puncte posibile)

10.4 Standard minim de performanță:

1. minim 7 prezențe la curs
2. minim 3 prezențe la seminar/proiect
3. minim 20 puncte din 40 puncte posibile la Test final. (nota 5 la Test final)
4. minim 10 puncte din 20 puncte posibile la Gradul de implicare în activitatea de seminar. (nota 5 la Gradul de implicare în activitatea de seminar.)
5. minim 20 puncte din 40 puncte posibile la Abilitatea de a aplica cunoștințele acumulate în cadrul cursurilor. (nota 5 la Abilitatea de a aplica cunoștințele acumulate în cadrul cursurilor-elaborare propunere proiect)

Data completării: 24.09.2020      Semnătura titularului de curs: prof.univ.OPRAN Constantin Gheorghe      Semnătura titularului de seminar: prof.univ.OPRAN Constantin Gheorghe

Data avizării în departament: 30.09.2020      Semnătura directorului de departament: \_\_\_\_\_

## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Școala Națională de Studii Politice și Administrative
1.2. Facultatea	Comunicare și relații publice
1.3. Departamentul	Relații publice
1.4. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5. Ciclul de studii	Studii universitare de licență
1.6. Programul de studii/Calificarea	Comunicare și relații publice

### 2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Managementul resurselor umane						
2.2. Titularul activităților de curs	Prof. univ. dr. Ștefan Stanciu						
2.3. Titularul activităților de seminar	c.d.a. dr. Lavinia Țănculescu						
2.4. Anul de studiu:	III	2.5. Semestrul	II	2.6. Tipul de evaluare	Examen	2.7. Regimul disciplinei	DC, Opt

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	C = 2	S = 1	P = 1	L = 1		5
3.4. Total ore din planul de învățământ	C = 28	S = 14	P = 14	L = 14		70

Distribuția fondului de timp	150
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	80
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	10
Pregătire seminarii/laboratoare, teme referate, portofolii și eseuri	45
Tutoriat	5
Examinări (corectură lucrări de verificare pe parcurs)	10
Alte activități....	0
Total ore studiu individual	80
Total ore din planul de învățământ	70
Total ore pe semestru	150
<b>Numărul de credite</b>	<b>6</b>

### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Nicio disciplină nu este obligatorie
4.2. de competențe	Nicio disciplină nu este obligatorie

### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Sala de curs cu videoproiector
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	Sală de seminar/cu videoproiector

### 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p><b>Cunoaștere și înțelegere</b> (<i>cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei</i>)</p> <p>Însușirea principalelor concepte privind managementul resurselor umane</p> <p>Însușirea elementelor specifice analizei posturilor, recrutării, selecției, motivării, evaluării personalului și dezvoltării de personal</p>
-------------------------	---

	<p><b>Explicare și interpretare</b> (<i>explicarea și interpretarea unor idei, proiecte, procese, precum și a conținuturilor teoretice și practice ale disciplinei</i>)</p> <p>Însușirea cunoștințelor privind competențelor manageriale în corelare cu stilurile de conducere</p> <p>Capacitatea de a explica procese legate de justa selecție și de integrare a noilor salariați</p> <p>Capacitatea de interpretare a mecanismelor motivației și motivării</p> <p>Abilitatea de a evalua corect și profitabil pentru organizație a performanțelor profesionale ale angajaților</p>
	<p><b>Instrumental – aplicative</b> (<i>proiectarea, conducerea și evaluarea activităților practice specifice: utilizarea unor metode, tehnici și instrumente de investigare și de aplicare</i>)</p> <p>Însușirea practicilor privind gestionarea resurselor umane</p> <p>Capacitatea de a planifica resursele umane, de a organiza recrutarea, selecția și evaluarea resurselor umane</p> <p>Capacitatea de a gestiona problemele managementului carierei</p>
	<p><b>Atitudinale</b> (<i>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</i>).</p> <p>Formarea deprinderilor necesare conducerii și motivării resurselor umane</p>
Competențe transversale	-

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Însușirea principalelor concepte privind managementul resurselor umane</li> <li>2. Însușirea cunostintelor privind stilurile de conducere</li> <li>3. Însușirea practicilor privind gestionarea resurselor umane</li> </ol>
7.2. Obiective specifice	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Formarea deprinderilor necesare conducerii și motivării resurselor umane</li> <li>2. Însușirea elementelor specifice analizei posturilor, recrutării, selecției, motivării, evaluării personalului și dezvoltării de personal</li> </ol>

#### 8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Observații
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Introducere în management</li> <li>2. Obiectivele și conținutul managementului resurselor umane</li> <li>3. Competența managerială</li> <li>4. Strategii, politici și planuri privind resursele umane</li> <li>5. Definirea și analiza posturilor</li> <li>6. Recrutarea resurselor umane</li> <li>7. Selecția resurselor umane (1)</li> <li>8. Selecția resurselor umane (2)</li> <li>9. Motivarea resurselor umane (1)</li> <li>10. Motivarea resurselor umane (2)</li> <li>11. Evaluarea performanțelor personalului (1)</li> <li>12. Evaluarea performanțelor personalului (2)</li> <li>13. Dezvoltarea carierei profesionale</li> <li>14. Recapitulare</li> </ol>	Curs interactiv, cu utilizarea mijloacelor audio-video	
<p><b>Bibliografie comună curs și seminar:</b></p> <p>Armstrong Michael, <i>A handbook of human resource management practice</i>, 2006, Londra, Philadelphia: Kogan Page</p> <p>Dessler, Gary, <i>A framework for human resource management</i>, 2009, New Jersey: Pearson</p> <p>Nel P.S., Werner Amanda, <i>Human resource management</i>, 2014, Cape Town: Oxford University Press</p> <p>Pânișoară, Ion-Ovidiu, Pânișoară, Georgeta, <i>Managementul resurselor umane</i> (ediția a III-a revăzută și adăugită), Editura Polirom, București, 2016</p>		
8.2. Seminar/laborator		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Managementul organizațiilor</li> <li>2. Conținutul managementului resurselor umane</li> <li>3. Structura și funcțiile Departamentului de resurse umane</li> <li>4. Competența managerială – modele de cercetare a competenței</li> </ol>		

manageriale 5. Politici de resurse umane 6. Fișa postului – analiză pentru cazuri concrete 7. Recrutarea resurselor umane – elaborarea anunțurilor de recrutare 8. Selecția resurselor umane – administrarea interviurilor pentru selecție 9. Motivarea salariațiilor - modele de cercetare 10. Evaluarea performanțelor profesionale – metode și tehnici 11. Evaluarea performanțelor profesionale – metoda 360% 12. Pregătirea resurselor umane – ancorele carierei 13. Studii de caz 14. Seminar recapitulativ		
8.3. Proiect și lucrări		
Proiectul și lucrarea vor fi realizate în echipe de câte 2 studenți		
<b>Bibliografie:</b> A se vedea mai sus		

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

Cursul este elaborat pe baza consultării unor angajatori de talie mare
--

#### 10. Evaluare

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
Curs /Examen	- cunoaștere, înțelegere și aplicare a conceptelor și teoriilor	Examen online (test grilă și itemi deschiși)	50%
Seminar	- cunoaștere și înțelegere a conceptelor și teoriilor - abilitatea de explicare și interpretare a teoriilor - rezolvarea completă și corectă a cerințelor	Prezența la seminar este obligatorie la minim 4 seminarii – condiție de intrare la examen	25% – pentru prezență activă la toate cele 7 seminarii
Proiect	- originalitate	Verificare și validare	15%
Lucrări	- originalitate	Verificare și validare	10%
Standard minim de performanță: 4 prezențe active la seminar Validarea proiectului și lucrării Nota 5 la examen			
<b>Observație:</b> Cerințele de mai sus sunt obligatorii și pentru examenele de restanță și reexaminare.			

Data completării:  
24.09.2020

Semnătura titularului de curs

Data avizării în cadrul Departamentului:  
30.09.2020

Semnătura directorului de departament



**FIȘA DISCIPLINEI**  
**MASS MEDIA ȘI SOCIETATEA**

**1. Date despre program**

1.1. Instituția de învățământ superior	Școala Națională de Studii Politice și Administrative
1.2. Facultatea	Facultatea de 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	Mass Media și societatea						
2.2. Titularul activităților de curs	Prof. univ. dr. Alina Bârgăoanu, Lector univ. dr. Mădălina Boțan						
2.3. Titularul activităților de seminar	Lector univ. dr. Raluca Buturoiu						
2.4. Anul de studiu:	III	2.5. Semestrul	V	2.6. Tipul de evaluare	E	2.7. Regimul disciplinei	DF, Obl.

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar/laborator	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5. curs	28	3.6. seminar/laborator	28
<b>Distribuția fondului de timp</b>					<b>Ore</b>
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					20
Tutoriat					0
Examinări					9
Alte activități					
3.7. Total ore studiu individual					69



3.8. Total ore din planul de învățământ	56
3.9. Total ore pe semestru	125
3.10. Numărul de credite	5

#### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Absolvirea cursului de Istoria comunicării (anul II)
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	Sală de curs cu videoproiector
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	Sală de seminar/cu videoproiector

#### 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	1. Cunoaștere și înțelegere (cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei) <ul style="list-style-type: none"><li>• Înțelegerea și cunoașterea teoriilor referitoare la efectele comunicării de masă și a conceptelor legate de relația între societate, mass media și opinia publică.</li><li>• Însușirea noțiunilor de bază legate de morfologia mijloacelor de comunicare în masă, noile media, media ca a patra putere în stat.</li><li>• Cunoașterea teoriilor persuasiunii și propagandei în comunicarea de masă.</li></ul>
	2. Explicare și interpretare (explicarea și interpretarea unor idei, proiecte, procese, precum și a conținuturilor teoretice și practice ale disciplinei) <ul style="list-style-type: none"><li>• Capacitatea de a analiza rolul media în societatea contemporană, modul în care evoluează opinia publică, relația dintre mass media și opinia publică;</li><li>• Capacitatea de a putea construi modele aplicative de interpretare a fenomenelor mediatice pornind de la conceptele teoretice însușite.</li><li>• Capacitatea de a construi grile de analiză adecvate și valide pentru analiza diferitelor materiale mediatice, din diferite perspective teoretice (ex: teoria agenda setting, teoria spirala tăcerii etc.)</li></ul>
	3. Instrumental- aplicative (proiectarea, conducerea și evaluarea activităților practice specifice: utilizarea unor metode, tehnici și instrumente de investigare și de aplicare) <ul style="list-style-type: none"><li>• Utilizarea unor instrumente de analiză și interpretare specifice pentru caracterizarea principalelor teorii care explică impactul mijloacelor de comunicare de masă asupra societății.</li><li>• Construirea unor instrumente de analiză valide din punct de vedere științific, specifice analizei diferitelor tipuri de documente mediatice.</li></ul>





	<p>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).</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Formarea de atitudini pozitive privind posibilitățile de aplicare ale conceptelor teoretice însușite la diverse situații reale privind ameliorarea unor aspecte ale sistemului mediatic românesc și ale vulnerabilităților opiniei publice în contextul apărării valorilor democrației;</li><li>• Motivarea studenților în vederea implicării efective în dezvoltarea instituțiilor mediatice și a altor instituții de profil în a căror dezvoltare mass media joacă un rol esențial.</li><li>• Facilitarea legăturilor între studenți și diferite structuri mediatice în vederea efectuării unor stagii de practică în instituții de profil.</li><li>• 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.</li></ul>
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"><li>• Capacitatea de analiză și sinteză, capacitatea de interpretare</li></ul>

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"><li>• Formarea cunoștințelor referitoare la rolul media în societatea contemporană, modul în care evoluează opinia publică, relația dintre mass media și opinia publică</li></ul>
7.2. Obiective specifice	<p>La sfârșitul cursului, studentul trebuie să fie capabil să:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Să prezinte evoluția mijloacelor de comunicare în masă, momentele importante în studiul opiniei publice și etapele constituirii principalelor teorii moderne ale comunicării;</li><li>• Să explice unele fenomene, evenimente prin intermediul teoriilor care alcătuiesc un corpus important al comunicării;</li><li>• Să aibă capacitatea de a opera cu elementele teoretice fundamentale în domeniu, pe baza studierii cercetărilor cu valoare de reper în autonomizarea disciplinei de comunicare de masă;</li><li>• Să aplice cunoștințele dobândite prin studiul teoriilor moderne ale comunicării în interpretarea sau soluționarea unor situații reale din mass media românești sau internaționale.</li></ul>

#### 8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Observații
1. Introducere	Prelegere, suport electronic (ppt), material audio-video	
2. Opinia publică	Prelegere, suport electronic (ppt), material audio-video	
3. Dezinformare digitală și fake news	Prelegere, suport electronic (ppt), material audio-video	



4. Persuasiunea și mass media	Prelegere, suport electronic (ppt), material audio-video	
5. Algoritmi digitali. Jurnalism automat	Prelegere, suport electronic (ppt), material audio-video	
6. Fondatori ai cercetării comunicării de masă. Paradigme ale efectelor comunicării de masă	Prelegere, suport electronic (ppt), material audio-video	
7. Social media. News Worthiness	Prelegere, suport electronic (ppt), material audio-video	
8. Fluxul comunicării în două trepte	Prelegere, suport electronic (ppt), material audio-video	
9. Utilizări și recompense	Prelegere, suport electronic (ppt), material audio-video	
10. Teoria cultivării	Prelegere, suport electronic (ppt), material audio-video	
11. Agenda-setting. Framing și priming	Prelegere, suport electronic (ppt), material audio-video	
12. Spirala tăcerii	Prelegere, suport electronic (ppt), material audio-video	
13. Comportament digital	Prelegere, suport electronic (ppt), material audio-video	
14. Curs recapitulativ	Prelegere, suport electronic (ppt), material audio-video, discuții	
<p><b>Bibliografie</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gan, Chunmei &amp; Tan, Chee-Wee (2017), Understanding Mobile Social Media Usage: Uses and Gratification Expectancy Model. PACIS 2017 Proceedings. 212.</li> <li>• Malik, A., Dhir, A., &amp; Nieminen, M. (2016). Uses and gratifications of digital photo sharing on facebook. <i>Telematics and Informatics</i>, 33(1), 129-138.</li> <li>• Dobrescu, P., Bârgăoanu, A. (2003). <i>Mass media și societatea</i>. București: Comunicare.ro.</li> <li>• Dominick, J. (2012). <i>Dynamics of Mass Communication: Media in Transition</i>. McGraw-Hill Humanities.</li> <li>• Gans, H. (1979/2004). <i>Deciding What's News</i>. Illinois: Northwestern University Press.</li> <li>• Lazarsfeld, P., Berelson, B., Gaudet, H. (2004/1968). <i>Mecanismul votului. Cum se decid alegatorii într-o campanie prezidențială</i> (The People's Choice. How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign). trad. Simona Dragan. Bucuresti: Comunicare.ro, ch. 8, 9, 10. (pp. 115-144).</li> <li>• Lippman, W. (1990/1922). <i>Public Opinion</i>. New Brunswick: Transaction Publishers, ch. 1.</li> <li>• Schaap, G. (1972/2009). <i>Interpreting television news</i>. Berlin: Mouton de Gruyter.</li> <li>• Wahl-Jorgensen, K., Hanitzsch, T. (eds.). (2009). <i>The handbook of journalism studies</i>. London/New York: Routledge</li> </ul>		
8.2. Seminar/laborator	Metode de predare	
1. Seminar introductiv (prezentarea planului seminarului și a modalității de evaluare).	- prezentare generală, syllabus, discuții	



2. Persuasiune, propagandă	- analiza critică a unor texte fundamentale din domeniu - dezbateri pe tematica aferentă fiecărui seminar - lucru aplicat cu studenții în echipe	
3. Vizionare film. (Film – Visul ceh/ Český sen)	- vizionare film - discuții	
4. Dezbateri film (persuasiune – propagandă)	- dezbateri film - identificarea și analiza conceptelor - lucru aplicat cu studenții	
5. Agenda-setting & framing	- analiza critică a unor texte fundamentale din domeniu - dezbateri pe tematica aferentă fiecărui seminar - lucru aplicat cu studenții în echipe	
6. Dezinformare digitală și efectul celei de-a treia persoane	- analiza critică a unor texte fundamentale din domeniu - dezbateri pe tematica aferentă fiecărui seminar - lucru aplicat cu studenții în echipe	
7. Seminar recapitulativ (recapitulare și rezolvarea unor grile în vederea pregătirii examenului final).	- dezbateri pe tematica aferentă tuturor seminarilor	

**Bibliografie:**

- de Vreese, C. H. (2005). News framing: Theory and typology. *Information Design Journal*, 13(1), 51-62.
- Lazer, D. M. J., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., ... Zittrain, J. L. (2018). *The science of fake news*. *Science*, 359(6380), 1094–1096.
- Hirsh et al. (2012). Personalized Persuasion: Tailoring Persuasive Appeals to Recipients' Personality Traits. *Psychological Science*, 23(6), 578–581.
- Semetko, H. A., & Valkenburg, P. M. (2000). Framing European Politics: A Content Analysis of Press and Television News. *Journal of Communication*, 50(2), 93–109.
- Severin, Werner J.; Tankard, James W., *Perspective asupra teoriilor comunicării de masă*, Iași, Polirom, 2004 [1997], 109-129 & 172-201 (Capitolele 6 și 9).
- Sumpter, D. (2018). *Outnumbered: From Facebook and Google to Fake News and Filter-bubbles—the algorithms that control our lives*. Bloomsbury Publishing.
- Tsay-Vogel, M. (2016). Me versus them: Third-person effects among Facebook users. *New Media & Society*, 18(9), 1956–1972.
- Weaver, D. H. (2007). Thoughts on Agenda Setting, Framing, and Priming. *Journal of Communication*, 57(1), 142–147.

**9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori 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. Subiecte de tip grilă (9 subiecte + 1 punct din oficiu) – 10 puncte 2. Subiect de sinteză (noțiune teoretică + situație practică) – 10 puncte 3. Nota finală este media notelor de la 1. și 2.	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  
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:  
24.09.2020

Semnătura titularului de curs  
Prof. univ. dr. Alina Bârgăoanu

Semnătura titularului de seminar  
Lect. univ. dr. Raluca Buturoiu

Lect. univ. dr. Mădălina Boțan

Data avizării în departament:  
30.09.2020

Semnătura directorului de departament:  
Conf. univ. dr. Loredana Radu

## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Școala Națională de Studii Politice și Administrative
1.2. Facultatea	Comunicare și Relații Publice
1.3. Departamentul	Comunicare
1.4. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5. Ciclul de studii	Studii universitare de licență
1.6. Programul de studii/Calificarea	Comunicare și relații publice

### 2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	<b>Metode de cercetare în științele comunicării</b>						
2.2. Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Valeriu Frunzaru						
2.3. Titularul activităților de seminar	Lector univ. dr. Oana Ștefăniță						
2.4. Anul de studiu:	II	2.5. Semestrul	III	2.6. Tipul de evaluare	Es	2.7. Regimul disciplinei	DF, Obl

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	4	din care: .... curs	2	3.3. seminar/laborator	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	56	din care: .....curs	28	3.6. seminar/laborator	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					15
Pregătire seminarii/laboratoare, teme referate, portofolii și eseuri					10
Tutoriat					14
Examinări					
Alte activități....					
3.7. Total ore studiu individual					69
3.8. Total ore din planul de învățământ					56
3.9. Total ore pe semestru					125
3.10. Numărul de credite					5

### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Nicio disciplină nu este obligatorie
4.2. de competențe	Cursul este destinat studenților din anul II, specializarea Comunicare și Relații Publice

### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Curs online pe platforma Zoom
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	Seminar online pe platforma Zoom

### 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>1. Cunoaștere și înțelegere (<i>cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării</li> </ul>
-------------------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cunoașterea principiilor de bază ale cercetării în științele socio-umane</li> <li>• Cunoașterea specificului scalelor de măsurare</li> <li>• Cunoașterea regulilor de construire a chestionarelor</li> <li>• Cunoașterea specificului tehnicilor de grup</li> <li>• Construirea unei scheme de categorii pentru a conduce o analiză a conținutului comunicării</li> <li>• Relevarea utilității experimentului și observației în științele socio-umane</li> </ul>
	<p>2. Explicare și interpretare (<i>explicarea și interpretarea unor idei, proiecte, procese, precum și a conținuturilor teoretice și practice ale disciplinei</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cunoașterea principiilor metodologice care stau la baza cercetării cantitative și calitative</li> <li>• Descrierea tipurilor diferite de audiență / public implicate în comunicare</li> <li>• Proiectarea și realizarea unor analize ale comunicării publicitare în condiții prestabilite</li> <li>• Cunoașterea etapelor cercetării din domeniul științelor sociale și a relației dintre ipoteze / întrebări de cercetare și instrumentele de cercetare.</li> <li>• Explicarea limitelor cercetării în strânsă legătură cu evaluarea fidelității și validității în măsurare</li> </ul>
	<p>3. Instrumental-aplicative (proiectarea, conducerea și evaluarea activităților practice <i>specifice: utilizarea unor metode, tehnici și instrumente de investigare și de aplicare</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Proiectarea unui chestionar</li> <li>• Proiectarea unui focus grup și moderarea acestuia</li> <li>• Proiectarea unei scheme de categorii pentru analiza de conținut a comunicării</li> <li>• Proiectarea uni fișe de observație</li> <li>• Utilizarea unor metode, tehnici și instrumente de investigare și de aplicare)</li> </ul>
	<p>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).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Respectarea eticii în cercetare</li> <li>• Promovarea respectului față de valorile sociale</li> <li>• Surprinderea rolului cercetării în publicitate și creșterea respectului față de utilizarea datelor produse prin cercetare științifică</li> <li>• Identificarea și utilizarea elementelor specifice de deontologie și de responsabilitate socială</li> </ul>
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rezolvarea în mod realist – cu argumentare atât teoretică, cât și practică – a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora</li> <li>• Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și a adaptării la cerințele pieței muncii</li> <li>• Sunt analizate critic cercetări utile pentru înțelegerea generală a cunoașterii științifice în domeniul comunicării/publicității</li> <li>• Sunt discutate cercetări exemplare utile pentru dezvoltarea</li> </ul>

	<p>înțelegerii comportamentelor umane</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sunt discutate aspecte deontologice care au valoarea generală pentru domeniul comunicării și publicității</li> </ul>
--	---

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Cursul își propune familiarizarea studenților cu principalele metode și tehnici folosite în cercetarea din diferite arii ale comunicării și deprinderea studenților să folosească datele cercetării științifice pentru elaborarea strategiilor de comunicare și rezolvarea unor probleme specifice.
7.2. Obiective specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>• După parcurgerea acestui curs, studenții vor avea cunoștințele și deprinderile necesare pentru construirea și administrarea unui instrument de cercetare.</li> <li>• Studenții vor fi capabili să distingă între metodele cantitative și cele cantitative de cercetare și să cunoască specificul fiecărei tehnici predate.</li> <li>• În planul gândirii științifice, acest curs urmărește depășirea abordărilor bazate pe cunoașterea la nivelul simțului comun și raportarea la realitatea socială, plecând de la exigențele și rigoarea metodelor de cercetare predate.</li> </ul>

#### 8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Observații
1. Principii care stau la baza cercetării în științele sociale. Etica în cercetare. Ipoteze și cauzalitate	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Cursul va avea loc pe Zoom
2. Operaționalizarea conceptelor. Niveluri de măsurare	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Cursul va avea loc pe Zoom
3. Validitatea și fidelitatea măsurării	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Cursul va avea loc pe Zoom
4. Proiectarea unei cercetări bazate pe chestionar (I)	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Cursul va avea loc pe Zoom
5. Proiectarea unei cercetări bazate pe chestionar (II)	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Cursul va avea loc pe Zoom
6. Analiza de conținut (I)	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Cursul va avea loc pe Zoom
7. Analiza de conținut (II)	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Cursul va avea loc pe Zoom
8. Ancheta pe bază de interviu: tipuri de interviuri, particularități, avantaje, limite și oportunitatea utilizării interviului în domeniul comunicării	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Cursul va avea loc pe Zoom
9. Focus grupul.	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Cursul va avea loc pe Zoom
10. Eșantionarea	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Cursul va avea loc pe Zoom

11. Observația și specificul ei în domeniul comunicării	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Cursul va avea loc pe Zoom
12. Experimentul. Tipuri de experimente și exemple	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Cursul va avea loc pe Zoom
13. Prezentarea rezultatelor cercetării	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Cursul va avea loc pe Zoom

### Bibliografie

BARBIE, Earl. (2010). *Practica cercetării sociale*. Iași: Editura Polirom

CHELCEA, Septimiu. (2004). *Inițierea în cercetarea sociologică*. București: comunicare.ro.

DUȘA, Adrian și FRUNZARU, Valeriu. (2011). Scala analog vizuală. O alternativă la scala de răspuns tip Likert, *International Review of Social Research*, 1, pp. 91-103.

KRUEGER, Richard A., CASEY, Mary Anne [2000](2005). *Metoda focus grup. Ghid practic pentru cercetarea aplicată*. Iași: Editura Polirom.

MALHOTRA, Naresh K. [1996](2010). *Marketing Research. An Applied Orientation*. New York: Pearson. (Capitol 9. Measurement and Scaling: Non-comparative Scaling Techniques; Capitol 10. Questionnaire and Form Design, Capitol 15. Frequency Distribution, Cross-Tabulation, and Hypothesis Testing, pp.481-490)

MARSHA, L. Richins, DAWNSON, Scott. (1992). A Consumer Values Orientation for Materialism and its Measurement: Scale Development and Validation. *Journal of Consumer Research*, 19 (3), 303-316.

PERETZ, Henry. (2003). *Metode în sociologie. Observația*. Iași: Editura Institutul European.

SENKOWSKA, Ewa Drozda. (2000). *Psihologie socială experimentală*. Iași: Editura Polirom.

SINGLY, Francois de., Blanchet, Alain, Gotman și Kaufmann, Jean-Claude. (1998). *Ancheta și metodele ei: chestionarul, interviul de producere a datelor, interviul comprehensiv*. Iași: Editura Polirom.

8.2. Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Ipoteze și cauzalitate	Exerciții și analiza critică a unor ipoteze de cercetare din cercetări exemplare	Seminar va avea loc pe Zoom
2. Operaționalizarea conceptelor. Nivele de măsurare	Exerciții cu studenții	Seminar va avea loc pe Zoom
3. Proiectarea unei cercetări bazate pe chestionar	Construirea unor chestionare	Seminar va avea loc pe Zoom
4. Analiza de conținut	Construirea unor scheme de categorii	Seminar va avea loc pe Zoom
5. Interviu	Construirea unui ghid de interviu	Seminar va avea loc pe Zoom
6. Experimentul	Prezentarea și discutarea unor experimente cunoscute în literatura psiho-sociologică	Seminar va avea loc pe Zoom
7. Eșantionarea/Recapitulare	Construirea design de eșantionare	Seminar va avea loc pe Zoom

### Bibliografie seminar:

*Seminar 1. Construirea de ipoteze și întrebări de cercetare*

CHELCEA, Septimiu. (2004). *Inițierea în cercetarea sociologică*. București: comunicare.ro. (Capitolul 2)

ABDULAI, Raymond T., OWUSU-ANSAH, Anthony (2014). Essential Ingredients of a Good Research Proposal for Undergraduate and Postgraduate Students in the Social Sciences. *SAGE Open*, July-September, 1–15.



*Seminar 2. Scale de măsurare. Validitatea și fidelitatea*

MALHOTRA, Naresh K. [1996](2010). *Marketing Research. An Applied Orientation*. New York: Pearson. (Capitol 9. Measurement and Scaling: Noncomparative Scaling Techniques)

LUKACS, Veronika, QUAN-HAASE, Anabel (2015). Romantic breakups on Facebook: new scales for studying post-breakup behaviors, digital distress, and surveillance. *Information, Communication & Society*, 18(5), 492–508.

FRUNZARU, V., & CORBU, N. (2020). Students' attitudes towards knowledge and the future of work. *Kybernetes*, 49(7), 1987–2002. <https://doi.org/10.1108/k-07-2019-0512>

*Seminar 3. Construirea chestionarului*

CHELCEA, Septimiu. (2004). *Inițierea în cercetarea sociologică*. București: comunicare.ro. (Capitolul 6)

CLARK, Lillian, ÇALLI, Levent (2014). Personality types and Facebook advertising: An exploratory study. *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*, 15(4): 327–336.

SANTIAGO, J. (2019). The relationship between brand attractiveness and the intent to apply for a job. *European Journal of Management and Business Economics*. doi:10.1108/ejmbe-12-2018-0136

*Seminar 4. Analiza de conținut*

CHELCEA, Septimiu. (2004). *Inițierea în cercetarea sociologică*. București: comunicare.ro. (Capitolul 11)

VAN LEUVEN, Sarah, HEINRICH, Ansgard, DEPREZ, Annelore (2015). Foreign reporting and sourcing practices in the network sphere: A quantitative content analysis of the Arab Spring in Belgian news media. *New Media & Society*, 17(4), 573–591.

CHANG, Y.-C., KU, C.-H., & CHEN, C.-H. (2017). Social media analytics: Extracting and visualizing Hilton hotel ratings and reviews from TripAdvisor. *International Journal of Information Management*.

*Seminar 5. Construirea ghidului de interviu*

ROWLEY, Jennifer (2012). Conducting research interviews. *Management Research Review*, 35(3/4), 260-271.

BRANDTZÆG, Petter Bae, LÜDERS, Marika, SKJETNE, Jan Håvard (2010). Too Many Facebook “Friends”? Content Sharing and Sociability Versus the Need for Privacy in Social Network Sites. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 26(11-12), 1006-1030.

*Seminar 6. Experimentul*

HONG, Seoyeon, TANDOC, Edson., KIM, Eunjin A., KIM, Bokyung, WISE, Kevin (2012). The Real You? The Role of Visual Cues and Comment Congruence in Perceptions of Social Attractiveness from Facebook Profiles. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(7), 339-344.

WISE, Kevin, BOLLS, Paul D., SCHAEFER, Samantha R. (2008). Choosing and Reading Online News: How Available Choice Affects Cognitive Processing. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 52(1), 69–85.

GONZALES, Amy L., HANCOCK, Jeffrey T. (2011). Mirror, Mirror on my Facebook Wall: Effects of Exposure to Facebook on Self-Esteem. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(1-2), 79-83.

Seminar 7. Eșantionarea  
 Frunzaru, Valeriu. (2011). *Eșantionarea* (suport de curs)

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

- Disciplina este elaborată pe baza unor manuale și materiale cu caracter științific și recunoscute internațional
- Metodele și tehnicile de cercetare tratate în cadrul cursului și seminariilor se înscriu în preocupările actuale în domeniul comunicării, relațiilor publice și publicității
- Cele două cadre didactice deține lucrări în domeniu, predau această disciplină de mai mult de 5 ani și au realizat cercetări proprii folosind metodele și tehnicile predate

#### 10. Evaluare

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4 Curs /Examen	Cunoștințe de bază necesare derulării unor cercetări folosind metode cantitative și calitative. - Cunoștințe teoretice cu privire la folosirea chestionarului, focus grupului, observației și analizei de conținut.	Examenul va fi online și va consta într-un test grilă	50%
10.5 Seminar	- Capacitatea de a elabora, independent, instrumente de cercetare - Capacitatea de a lucra în echipe de cercetare - Capacitatea de a evalua critic cercetări și metodologii de cercetare	nota la activitatea din timpul seminarului (prezență activă și rezolvarea temelor specifice fiecărui seminar) - (40%) Proiect de cercetare – 60%	50%
10.6. Standard minim de performanță			
Studentul are cel puțin 4 prezințe la seminar și minimum nota 5 pentru activitatea de seminar și la examenul scris.			

Data completării: 24.09.2020	Semnătura titularului de curs Conf. univ. dr. Valeriu Frunzaru	Semnătura titularului de seminar Lector univ. dr. Oana Ștefăniță
---------------------------------	---	---

Data avizării în departament:  
30.09.2020

Semnătura directorului de departament:

\_\_\_\_\_

**FIȘA DISCIPLINEI**  
**METODE ȘI TEHNICI DE ELABORARE A LUCRĂRII DE ABSOLVIRE**

**1. Date despre program**

1.1. Instituția de învățământ superior	Școala Națională de Studii Politice și Administrative
1.2. Facultatea	Facultatea de 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 curs							
2.3. Titularul activităților de seminar	Lector univ. dr. Flavia Durach Lector univ. dr. Raluca Buturoiu Lector univ. dr. Sebastian Fitzek						
2.4. Anul de studiu:	III	2.5. Semestrul:	VI	2.6. Tipul de evaluare:	V	2.7. Regimul disciplinei:	DD, Obl.

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	5	din care: 3.2. curs	0	3.3. seminar/laborator	5
3.4. Total ore din planul de învățământ	70	din care: 3.5. curs	0	3.6. seminar/laborator	70
<b>Distribuția fondului de timp</b>					<b>Ore</b>
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					37
Pregătire seminarii/laboratoare, teme referate, portofolii și eseuri					28
Tutoriat					10
Examinări					-
Alte activități: susținere de prezentări, simulări, jocuri etc.					-
3.7. Total ore studiu individual					105
3.8. Total ore din planul de învățământ					70
3.9. Total ore pe semestru					175
3.10. Numărul de credite					7

**4. Precondiții (acolo unde este cazul)**

4.1. de curriculum	Redactare academică (anul I) Metode de cercetare în științele comunicării (anul II)
4.2. de competențe	Abilități de cercetare și redactare academică

**5. Condiții (acolo unde este cazul)**

5.1. de desfășurare a cursului	Sală de curs cu videoproiector
--------------------------------	--------------------------------

5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	Sală de curs cu videoprojector
---	--------------------------------

## 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p><b>1. Cunoaștere și înțelegere</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cunoașterea cerințelor FCRP de redactare și evaluare a lucrărilor de absolvire</li> <li>• Cunoașterea pașilor de identificare și acces la surse academice online &amp; offline</li> <li>• Cunoașterea abordării &amp; structurii specifice unei cercetări empirice</li> <li>• Cunoașterea abordării &amp; structurii specifice unui studiu analitic;</li> <li>• Cunoașterea formelor de fraudă intelectuală: plagiat, fabricare, contrafacere a datelor.</li> <li>• Cunoașterea regulilor de citare a diverselor surse academice;</li> <li>• Cunoașterea diverselor tipuri de structuri textuale sau argumentative ce rezultă din exigențele specifice cunoașterii academice;</li> </ul>
	<p><b>2. Explicare și interpretare</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificarea conținuturilor relevante din sursele parcurse</li> <li>• Interpretarea critică a conținuturilor parcurse</li> <li>• Identificarea problemelor de redactare și argumentare din propriile texte</li> <li>• Explicarea limitelor studiului propus în lucrarea de absolvire</li> <li>• Identificare mărcilor parafrazei, citării și ale discursului raportat și explicarea rolului lor;</li> <li>• Identificarea și analiza, în diverse texte academice, a structurilor textuale și argumentative;</li> </ul>
	<p><b>3. Instrumental-aplicative</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Construirea unor hărți conceptuale și hărți mentale relevante pentru tematica lucrării de absolvire</li> <li>• Identificarea și updatarea constantă a surselor bibliografice relevante pentru redactarea lucrării de absolvire</li> <li>• Construirea unui plan de realizare și monitorizare a lucrării de absolvire</li> <li>• Folosirea corectă și consecventă a aceleiași stil de citare (ex. APA)</li> <li>• Redactarea de texte academice în raport cu exigențele generice ale situației de comunicare academică;</li> <li>• Redactarea de texte academice în diverse registre stilistice (pentru popularizare vs. într-un for științific)</li> </ul>
	<p><b>4. Atitudinale</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Abordare critică a surselor bibliografice parcurse și a propriilor idei</li> <li>• Disponibilitatea de a depune efort pentru a corecta și a îmbunătăți variantele intermediare de lucru ale lucrării de absolvire</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>Planificarea realistă și responsabilizarea în respectarea planului și timing-ului aferent de lucru</li> </ul>
Competențe transversale	<ol style="list-style-type: none"> <li>Înțelegerea importanței deontologiei profesionale și a respectării drepturilor intelectuale</li> <li>Atitudine deschisă față de îmbinarea și integrarea diferitelor tipuri de conținuturi și surse online și offline, academice și profesionale.</li> <li>Atitudine reflexivă și (auto)critică asupra procesului de documentare, selecție și redactare a unui material de comunicare</li> </ol>

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Îmbunătățirea calității și eficienței procesului de redactare a lucrării de absolvire, de la etapa de selectare a surselor de documentare, alegerea cadrului teoretic și metodologic adecvat, până la redactarea propriu-zisă a textului, folosirea corectă a sistemului de citare și prezentarea orală a lucrării, respectând standardele redactării academice.
7.2. Obiective specifice	<p>La sfârșitul cursului studenții trebuie să fie capabili:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>să identifice și să selecteze concepte teoretice și surse bibliografice relevante</li> <li>să construiască și să argumenteze relația dintre cadrul teoretic și partea aplicativă a lucrării de absolvire</li> <li>să folosească în mod corect sursele, conform stilului de citare ales</li> <li>să identifice și să evite eventuale probleme de respectare a proprietății intelectuale (de exemplu, plagiatul accidental).</li> <li>să utilizeze ansamblul de metode și tehnici specific domeniului în realizarea unor studii de caz;</li> <li>să elaboreze un studiu de caz pe o problemă relevantă domeniului de studiu;</li> <li>să operaționalizeze conceptele asociate fiecărei teme tratate în vederea construcției unor instrumente de analiză aplicabile la nivelul domeniului</li> </ul>

### 8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Observații
-		
8.2. Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Introducere: rolul și abordarea lucrării de absolvire	Dezbateri pe grupe de studenți & analiza criteriilor de evaluare	
2. Realizarea planului lucrării: de la structura conceptuală la managementul timpului și al procesului de redactare. Rolul hărților conceptuale și a hărților mentale	Discuție & aplicații	
3. Accesul și selectarea surselor bibliografice. Forme de fraudă intelectuală. Plagiarism & sisteme de citare	Dezbateri, exemple & aplicații	
4. Abordarea și structura lucrărilor de absolvire ce cuprind o componentă de cercetare empirică	Exemple & aplicații	

5. Abordarea și structura lucrărilor de absolvire analitice. Rolul gândirii critice și al argumentării	Exemple & aplicații	
6. Aplicații: structuri argumentative și structuri textuale în genurile academice	Discuție & aplicații	
7. Modificări și integrarea feedback-ului primit pe versiunile intermediare. Pregătirea prezentării orale a lucrării de absolvire	Discuție pe baza unor exemple & aplicații	
<p><b>Bibliografie</b></p> <p>Bailey, S. (2011). <i>Academic Writing: A Handbook for International Students</i> (third edition). New York: Routledge.</p> <p>Bukhari, S.A.R. (2020). <i>A Graduate's Handbook for Writing High-Quality Thesis(1 ed.)</i>. Research Gate.DOI:10.13140/RG.2.2.29024.10242</p> <p>Buzan, T. (2019). <i>Arta stăpânirii Hărții Mentale</i>. București: DPH.</p> <p>Chelcea, S. (2000). <i>Cum să redactăm o lucrare de licență, o teză de doctorat, un articol științific în domeniul științelor socioumane</i>: București: Comunicare.ro</p> <p>Graff, G., &amp; Birkenstein, C. (2014). <i>They say, I say. The moves that matter in academic writing</i> (third edition). New York: Norton.</p> <p>Hayot, E. (2014). <i>The Elements of Academic Style: Writing for the Humanities</i>. New York: Columbia University Press.</p> <p>Munawir, M. (2020). The Kinds of Translation Error Made by the Students in Writing Abstract of the Theses and Dissertations. <i>Sang Pencerah: Jurnal Ilmiah Universitas Muhammadiyah Buton</i>, 6(2), 58-66.</p> <p>Selemani, A., Chawinga, W.D. &amp; Dube, G. (2018). Why do postgraduate students commit plagiarism? An empirical study. <i>International Journal for Educational Integrity</i>, 14 (7), doi:10.1007/s40979-018-0029-6</p> <p>Swales, J.M. &amp; Feak, C.B. (2012). <i>Academic Writing for Graduate Students: Essential Tasks and Skills</i> (third edition). Ann Arbor: University of Michigan Press.</p> <p>Sword, H. (2012). <i>Stylish academic writing</i>. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.</p> <p>Șercan, E. (2017). <i>Deontologie academică. Ghid practic</i>. București: Editura Universității din București</p>		

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

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Disciplina este elaborată pe baza unor manuale și materiale academice recunoscute internațional;</li> <li>• Abilitățile de redactare discutate sunt importante atât pentru realizarea unei lucrări de absolvire de calitate, cât și pentru documentarea &amp; redactarea unei material de comunicare, în sens mai generic</li> <li>• Cadrele didactice titulare experiență de coordonare a lucrărilor de absolvire și publicații de specialitate.</li> </ul>
---

### **10. Evaluare**

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
Verificare	Capacitatea de a redacta un text academic & a	Redactarea unei sinteze/ rezumat al lucrării (max 2	50%

	folosi în mod corect sistemul de citare  Capacitatea de sinteză și argumentare	pagini)  Redactarea unui text de prezentare și argumentare a design-ului de cercetare/ structurii studiului analitic (max. 3 pagini)  Prezentarea, la alegere, a unei secțiuni teoretice sau practice din lucrarea de absolvire	
Seminar	Gradul de implicare în activitatea de seminar.	Participare, rezolvarea unor exerciții/ aplicații individuale sau de grup.	10%
	Capacitatea de înțelegere, aplicare și adaptare a unor concepte și instrumente de lucru	Realizare, individuală: - 1 hartă conceptuală (max.1 pagină) - 1 hartă mentală (max.1 pagină) - 1 plan de lucru (max.1 pagină) pentru propria lucrare de absolvire	40%
10.4 Standard minim de performanță:			
Cel puțin patru prezențe; nota 5 la seminar; nota finală 5.			

Data completării:  
24.09.2020

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar  
Lector univ.dr. Flavia Durach

Data avizării în departament:  
30.09.2020

Semnătura directorului de departament:

**FIȘA DISCIPLINEI**  
**Organizare de evenimente**

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Școala Națională de Studii Politice și Administrative
1.2. Facultatea	Facultatea de Comunicare și Relații Publice
1.3. Departamentul	Comunicare
1.4. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5. Ciclul de studii	Universitar
1.6. Programul de studii/Calificarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Organizare de evenimente						
2.2. Titularul activităților de curs	Dr. Mihai Vacariu						
2.3. Titularul activităților de seminar	Dr. Mihai Vacariu						
2.4. Anul de studiu:	I	2.5. Semestrul	II	2.6. Tipul de evaluare	E	2.7. Regimul disciplinei	DS, Obl

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	5	din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar/laborator	3
3.4. Total ore din planul de învățământ	70	din care: 3.5. curs	28	3.6. seminar/laborator	42
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					15
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					15
Pregătire seminarii/laboratoare, teme referate, portofolii și eseuri					15
Tutoriat					10
Examinări					
Alte activități....					0
3.7. Total ore studiu individual					55
3.8. Total ore din planul de învățământ					70
3.9. Total ore pe semestru					125
3.10. Numărul de credite					5

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	-
4.2. de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Sala de curs cu videoproiector, diverse spații în afara instituției pentru cursurile practice
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	Sală de seminar/cu videoproiector



## 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>1. Cunoaștere și înțelegere</p> <p>a. Înțelegerea și asimilarea noțiunilor importante din domeniul organizării evenimentelor</p> <p>b. Cunoașterea și însușirea realizării unui plan de organizare de evenimente, cu etapele și sub-etapele aferente</p> <p>c. Dezvoltarea capacității de utilizare a tehnicilor de comunicare digitală</p>
	<p>2. Explicare și interpretare</p> <p>a. Analiza și interpretarea situațiilor de risc în cadrul diverselor tipuri de evenimente</p> <p>b. Evaluarea eficienței planului și procesului de Organizare de evenimente</p>
	<p>3. Instrumental-aplicative</p> <p>a. Însușirea și aplicarea unui set de modele și fișe tehnice ajutătoare pentru organizarea evenimentelor</p> <p>b. Capacitatea de a implementa planul de organizare de evenimente</p>
	<p>4. Atitudinale</p> <p>a. Dezvoltarea capacităților de leadership</p> <p>b. Respectarea principiilor etice și de siguranță în cadrul organizării evenimentelor</p>
Competențe transversale	Educarea capacității de colaborare în echipă pentru eficientizarea realizării și implementării unui plan de organizare de evenimente Folosirea mediului online și a diverselor tipuri de software pentru comunicare și organizare a evenimentelor

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Însușirea noțiunilor, elementelor și proceselor unui plan de organizare de evenimente
7.2. Obiective specifice	Capacitatea de a realiza și aplica un plan organizare de evenimente prin utilizarea unor fișe și modele ajutătoare Însușirea de noi tehnici de comunicare digitală Dezvoltarea capacităților de colaborare și coordonare în echipă

## 8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Observații
1. Introducere: rolul și semnificația evenimentelor, evoluția evenimentelor, industria evenimentelor.	Prezentare	
2. Construirea planului de evenimente: planificarea, managementul și evaluarea evenimentelor ca proiecte – buget, calendar, resurse. Principiile managementului aplicate evenimentelor.	Prezentare și studii de caz	
3. Concepția și implementarea evenimentului:	Prelegere și studii de caz	

abordări psihologice și sociale pentru înțelegerea experienței evenimentului.		
4. Planificare operațională a evenimentului: alegerea locației, resursele, capacitățile, echipamentul necesar, aspectele legale (licențe, autorizații, contracte, etc.), logistica	Prelegere și studii de caz	
5. Resurselor umane și managementul evenimentelor: recrutarea, motivarea, remunerarea membrilor, rolul voluntarilor, legislația.	Prelegere și studii de caz	
6. Finanțarea și marketingul evenimentului: managementul financiar al evenimentului, analiza pieței, tehnici de marketing, metode de control și evaluare.	Prelegere și studii de caz	
7. Tipuri de evenimente: sportive, mega-evenimente, evenimente corporative, evenimente culturale și festivaluri. Evenimentele și media.	Prelegere și studii de caz	

### **Bibliografie obligatorie**

- Special Events. Twenty-first century global event management. Third edition. Dr. Joe Goldblatt, 2002
- C. Bladen, J. Kennell, E. Abson, N. Wilde (2012), *Events Management – An introduction*, Routledge, Oxon.
- S. Schafer-Mehdi (2008), *Organizarea evenimentelor*, Editura ALL, București
- J. Allen (2009), *Event planning*, John Wiley & Sons, Ontario
- A. Shone, B. Parry (2006), *Successful Event Management*, Thomson Learning, Bedford Row
- G. Damster, D. Tassiopoulos (2007), *Event management – A professional and developmental approach*, Juta Academic, Lansdowne
- R. Raj, J. Musgrave (Eds)., (2009), *Event management and sustainability*, CAB International, Oxford
- Ernst & Young Adviseros, D. W. Catherwood, R. L. Van Kirk (1992), *The complete guide to special event management*, John Wiley & Sons, Danvers

8.2. Seminar/laborator		
1. Obiective ale evenimentelor: etapele unui eveniment, modele de planificare a evenimentelor.	Studii de caz și exerciții	
2. Strategii de succes: procesul de realizare a strategiei, conținutul strategiei, strategia evenimentului, target-ul evenimentului.	Studii de caz și exerciții	
3. Marketing evenimentului: mediul în care are loc evenimentul, direcții de	Studii de caz și exerciții	

marketing, strategia de marketing		
4. Logistica evenimentului: definiție, scopul și modele, managementul logistic, organizarea logistică, criterii pentru luarea deciziilor	Studii de caz și exerciții	
5. Finanțarea: tipul de eveniment, buget, riscuri și responsabilități, venit și finanțare	Studii de caz și exerciții	
6. Siguranța și evaluarea riscurilor: categorii de risc, modele de evaluare a riscului, definiții cheie, măsurarea performanțelor	Studii de caz și exerciții	
7. Monitorizare și evaluare: procesul de evaluare a evenimentului, criterii	Studii de caz și exerciții	
<p>Bibliografie seminar</p> <p>A. Beloviene et al., <i>Event Management Handbook</i>,  <a href="http://www.didatticacoris.uniroma1.it/materiali/12.31.08_Event_management_handbook.pdf">http://www.didatticacoris.uniroma1.it/materiali/12.31.08_Event_management_handbook.pdf</a></p>		

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

- Însușirea și dezvoltarea capacităților de a realiza și implementa un plan de organizare de evenimente
- Utilizarea fișelor și modelelor ajutoare în realizarea planului de organizare de evenimente
- Dezvoltarea cunoștințelor despre strategii de comunicare digitală și lucrul în echipă

#### 10. Evaluare

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
Curs /Examen	Cunoașterea și aplicarea în mod eficient a celor patru etape ale planului de organizare de evenimente	Prezentarea proiect realizat în tandem (4 studenți)	80%
Seminar	Utilizarea fișelor și modelelor în realizarea planului de organizare de evenimente	Lucrul în echipă și eficiența corelării etapelor planului	20%
10.6. Standard minim de performanță:			
Însușirea conceptelor și strategiilor de bază ale planului organizare de evenimente. Colaborarea și coordonarea cu ceilalți membri ai echipei.			

Data completării:  
24.09.2020

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

Data avizării în departament:  
30.09.2020

Semnătura directorului de departament:

---

**FIȘA DISCIPLINEI**  
**POLICY DIALOGUE. OPINIA PUBLICĂ ÎN UNIUNEA EUROPEANĂ**

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Școala Națională de Studii Politice și Administrative
1.2. Facultatea	Comunicare și Relații Publice
1.3. Departamentul	Relații publice
1.4. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5. Ciclul de studii	Studii universitare de licență
1.6. Programul de studii/Calificarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Policy dialogue. Opinia publică în Uniunea Europeană						
2.2. Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Bogdan Teodorescu						
2.3. Titularul activităților de seminar	Conf. univ. dr. Bogdan Teodorescu						
2.4. Anul de studiu:	III	2.5. Semestrul	VI	2.6. Tipul de evaluare	V	2.7. Regimul disciplinei	DC, Fac

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2. curs	1	3.3. seminar/laborator	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5. curs	14	3.6. seminar/laborator	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					10
Tutoriat					
Examinări					8
Alte activități...					
3.7. Total ore studiu individual					58
3.8. Total ore din planul de învățământ					42
3.9. Total ore pe semestru					100
3.10. Numărul de credite					4

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Nicio disciplină nu este obligatorie
4.2. de competențe	Cursul este destinat studenților de la studiile universitare de licență

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Sala de curs cu videoproiector
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	Sală de seminar/cu videoproiector

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>1. Cunoaștere și înțelegere (<i>cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Înțelegerea și asimilarea noțiunilor importante din domeniu;</li> <li>- Cunoașterea unor teorii relevante pentru analiza opiniei publice;</li> </ul>
-------------------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dezvoltarea unui punct de vedere critic și personal cu privire la teoriile învățate;</li> <li>- Cunoașterea unor clasificări relevante și a criteriilor de încadrare în clasificări;</li> <li>- Realizarea distincțiilor între perspectivele teoretice prezentate;</li> <li>- Cunoașterea metodelor de analiză și diagnoză a opiniei publice;</li> <li>- Capacitatea de exemplificare pentru noțiunile abstracte învățate;</li> <li>- Cunoașterea modelelor de măsurare ale opiniei publice și interpretarea acestora.</li> </ul>
	<p>2. Explicare și interpretare (<i>explicarea și interpretarea unor idei, proiecte, procese, precum și a conținuturilor teoretice și practice ale disciplinei</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicarea noțiunilor în contextul unor studii de caz specifice;</li> <li>• Realizarea de corelații între noțiuni și modele teoretice;</li> <li>• Particularizarea teoriilor și modelelor studiate în contextul specific românesc;</li> <li>• Interpretarea perspectivelor oferite într-un cadru interdisciplinar;</li> <li>• Compararea diferitelor puncte de vedere asupra unei probleme sau caz concret;</li> <li>• Formularea unor ipoteze cu privire la aspecte ale opiniei publice la nivel național și european;</li> <li>• Avansarea unui punct de vedere personal pentru explicarea unui fenomen fenomenelor studiate (euroscepticism în speță) în contextele prezentate;</li> <li>• Capacitatea de a argumenta viziunea proprie pentru diminuarea euroscepticismului și a efectelor crizei la nivel național.</li> </ul>
	<p>3. Instrumental- aplicative (proiectarea, conducerea și evaluarea activităților practice specifice: utilizarea unor metode, tehnici și instrumente de investigare și de aplicare)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificarea canalelor de comunicare la nivel național și european;</li> <li>• Operaționalizarea unor concepte pentru studiul aplicat;</li> <li>• Construirea unor instrumente adecvate pentru testarea unor ipoteze de nivel mediu;</li> <li>• Capacitatea de analiză a lucrărilor prezentate ca bibliografie și construirea unei opinii proprii cu privire la fenomenele prezentate.</li> </ul>
	<p>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).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Construirea unei perspective corecte în ceea ce privește finalitatea demersului unui specialist în comunicare în cadrul național sau european.</li> <li>• Respectarea principiilor comunicării strategice: adevărul, transparența, interesul public.</li> </ul>
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rezolvarea în mod realist - cu argumentare atât teoretică, cât și practică - a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora.</li> <li>• Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice</li> <li>• Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și a adaptării la cerințele pieței muncii.</li> </ul>

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Înțelegerea și asimilarea noțiunilor importante din domeniu
7.2. Obiective specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cunoașterea unor teorii relevante pentru analiza opiniei publice;</li> <li>- Dezvoltarea unui punct de vedere critic și personal cu privire la teoriile învățate;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizarea distincțiilor între perspectivele teoretice prezentate;</li> <li>- Cunoașterea metodelor de analiză și diagnoză a opiniei publice;</li> <li>- Capacitatea de exemplificare pentru noțiunile abstracte învățate;</li> <li>- Cunoașterea modelelor de măsurare ale opiniei publice și interpretarea acestora.</li> </ul>
--	--

## 8. Conținuturi

Curs	Metode de predare	Observații
1. Comunicarea în Uniunea Europeană. Modele teoretice și aspecte practice	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Necesar videoproiector
2. Opinii și atitudini referitoare la Uniunea Europeană: coagulare, etape istorice, sondare	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Necesar videoproiector
3. Opinia publică și procesele de europenizare	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Necesar videoproiector
4. Euroscepticismul (1): istoric și modele explicative	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Necesar videoproiector
5. Euroscepticismul (2): efecte și implicații pe termen scurt și lung	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Necesar videoproiector
6. Provocări la adresa proiectului european (1): noile media și dezinformarea digitală	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Invitat special de la Reprezentanța Comisiei Europene
7. Provocări la adresa proiectului european (2): opinii, atitudini și comportamente în epoca post-adevăr	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Necesar videoproiector
<b>Bibliografie</b>		
<p>Jurgen Habermas. <i>Despre Constitutia Europei. Un eseu. Comunicare.ro</i>. 2011.</p> <p>Loredana Radu. <i>Criza economică în Uniunea Europeană. O perspectivă comunicatională. Comunicare.ro</i>. 2012.</p> <p>Alina Bârgăoanu. <i>Fake News. Noua cursă a înarmării</i>. Evrika, București. 2018.</p> <p>Alina Bârgăoanu. <i>Examenul Schengen. În căutarea sferei publice europene. Comunicare.ro</i>. 2011.</p> <p>Comisia Europeană. (2018). <i>A Multi-dimensional Approach to Disinformation. Final Report of the High-Level Expert Group on Fake News and Online Disinformation</i>. Retrieved from <a href="https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation">https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation</a>.</p> <p>De Vreese, Claes, H. Boomgaarden, Hajo, Schuck, Andreas R. T., Elenbaas, Matthijs. (2011). <i>Mapping EU attitudes: Conceptual and empirical dimensions of Euroscepticism and EU support [Configurarea atitudinilor față de UE: Dimensiunile conceptuale și empirice ale euroscepticismului și ale sprijinului pentru UE]</i>. <i>European Union Politics</i>, 12(2), 2011, 241–266.</p> <p>Down, Ian, Wilson, Carole J. <i>From 'Permissive Consensus' to 'Constraining Dissensus': A Polarizing Union? [De la 'Permissive Consensus' la 'Constraining Dissensus' - O Uniune polarizată?]</i>. <i>Acta Politica</i>, 43, 2008, 26-49.</p> <p>Szczerbiak, Aleks, Taggart, Paul, eds. (2008). <i>Opposing Europe? The Comparative Party Politics of Euroscepticism [Impotriva Europei? O analiză comparativă a Euroscepticismului în cadrul partidelor politice]</i>. Volumul 1, Oxford University Press, 2008, 1-15.</p> <p>Wardle, C., Derakhshan, H. (2018). <i>Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making</i>, Council of Europe report DGI (2017)09, 2017.</p>		
8.2. Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Comunicarea în Uniunea Europeană: identificarea etapelor istorice în configurarea politicilor relevante	Analiza unor documente ale Comisiei Europene	Lucru în echipe
2. Opinii și atitudini referitoare la Uniunea Europeană: analiza Eurobarometrelor generale	Analiza unor documente ale Comisiei Europene	Lucru în echipe
3. Opinii și atitudini referitoare la Uniunea Europeană: analiza barometrelor Starea Națiunii referitoare la încrederea în UE	Analiza unor documente din proiectul Starea Națiunii	Lucru în echipe

4. Euroscepticismul (1): mini-prezentări ale echipelor pe tema euroscepticismului, pornind de la studii de caz	Discutarea unor studii de caz și pregătirea de prezentări	Lucru în echipe
5. Euroscepticismul (2): dezbateri în echipe pe tema efectelor euroscepticismului la nivel european	Discutarea unor studii de caz și pregătirea dezbaterilor	Dezbateri, facilitare
6. Provocări la adresa proiectului european: experiment în echipe cu privire la efectele dezinformării digitale	Mini-experiment cu privire la efectele fake news	Lucru în echipe
7. Prezentări în echipe ale proiectelor de cercetare	Prezentări în echipe	Prezentări în echipe

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

- Tematica cursului este elaborată pe baza unor lucrări și articole recunoscute internațional.
- Majoritatea tematicilor tratate în cadrul cursului și seminariilor se înscriu în plaja de actualitate a nevoilor și intereselor de studiu și cercetare în domeniu

#### 10. Evaluare

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
Curs /Examen scris	- cunoaștere și înțelegere;	Predarea unui eseu	50%
Seminar	- cunoaștere și înțelegere; - abilitatea de explicare și interpretare; - rezolvarea completă și corectă a cerințelor.	Proiect de cercetare	50%
10.6. Standard minim de performanță:			
Pentru a putea intra în examen, prezența la curs și seminar trebuie să fie de minim 50%.			
Pentru a promova, studentul trebuie să obțină nota de trecere la cele două probe.			

Data completării:  
24.09.2020

Semnătura titularului de curs  
Conf. univ. dr. Bogdan Teodorescu

Semnătura titularului de seminar

Data avizării în departament:  
30.09.2020

Semnătura directorului de departament:



**FIȘA DISCIPLINEI  
PRACTICĂ ÎN RELAȚII PUBLICE**

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Școala Națională de Studii Politice și Administrative
1.2. Facultatea	Facultatea de Comunicare și Relații Publice
1.3. Departamentul	Comunicare
1.4. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5. Ciclul de studii	Universitar de licență
1.6. Programul de studii/Calificarea	Comunicare și Relații Publice

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Practică în relații publice						
2.2. Titularul activităților de curs							
2.3. Titularul activităților de seminar	Lector univ. dr. Raluca Buturoiu Asist. univ. dr. Cătălina Niculescu Lector univ. dr. Mădălina Boțan Lector univ. dr. Georgiana Udrea						
2.4. Anul de studiu:	II	2.5. Semestrul	IV	2.6. Tipul de evaluare	E	2.7. Regimul disciplinei	DS, Obl.

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2. curs		3.3. seminar/ tutoriat (Zoom)	online	4
3.4. Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5. curs		3.6. seminar/ tutoriat (Zoom)	online	56
Distribuția fondului de timp						Ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe						
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren						20

Pregătire seminarii/laboratoare, teme referate, portofolii și eseuri	10
Tutoriat	4
Examinări	
Alte activități....	10
3.7. Total ore studiu individual	44
3.8. Total ore din planul de învățământ	56
3.9. Total ore pe semestru	100
3.10. Numărul de credite	4

#### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	
4.2. de competențe	

#### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	

#### 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>1. Cunoaștere și înțelegere (<i>cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării</li> </ul> <p>Studentul:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Poate opera cu teoriile, conceptele și modelele relevante ale domeniului științelor comunicării;</li> <li>• Poate folosi în mod critic cunoștințele însușite;</li> <li>• Poate să întocmească și să prezinte un proiect de cercetare pe o temă din sfera științelor comunicării.</li> </ul>
-------------------------	--

	<p>2. Explicare și interpretare (<i>explicarea și interpretarea unor idei, proiecte, procese, precum și a conținuturilor teoretice și practice ale disciplinei</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Poate elabora studii de caz, folosind instrumentele teoretice specifice și metodele și tehnicile de cercetare din domeniul științelor comunicării;</li> <li>• Poate aplica un model de analiză a principalelor aspecte ale domeniului, folosind instrumentele teoretice specifice și metodele și tehnicile de cercetare din domeniul științelor comunicării;</li> </ul>
	<p>3. Instrumental-aplicative (proiectarea, conducerea și evaluarea activităților practice specifice: utilizarea unor metode, tehnici și instrumente de investigare și de aplicare)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Poate utiliza ansamblul de metode și tehnici specific domeniului în realizarea unor studii de caz;</li> <li>• Face distincția între metodele și instrumentele de cercetare a domeniului și generalizările ilicite sau simțul comun.</li> <li>• Poate elabora un studiu de caz pe o problemă relevantă domeniului de studiu;</li> <li>• Poate să operaționalizeze conceptele asociate fiecărei teme tratate în vederea construcției unor instrumente de analiză.</li> </ul>
	<p>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).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Însușirea unei atitudini pozitive față de cercetarea în domeniul științelor comunicării;</li> <li>• Însușirea neutralității specifice cercetătorului în elaborarea unui studiu de caz pe o problemă specifică domeniului de studiu.</li> </ul>
<p>Competențe transversale</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rezolvarea în mod realist - cu argumentare atât teoretică, cât și practică - a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora</li> <li>• Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice</li> </ul>

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	La sfârșitul cursului, studenții vor putea: 1. să folosească instrumentele de lucru necesare pentru studierea sistematică a proceselor specifice domeniului științelor comunicării și al publicității
7.2. Obiective specifice	La sfârșitul cursului, studenții vor putea: <ol style="list-style-type: none"><li>1. să întocmească un studiu de caz pornind de la problematica specifică domeniului de studiu;</li><li>2. să întocmească și să prezinte un proiect de cercetare pe o temă din domeniul de studiu;</li><li>3. să operaționalizeze conceptele asociate fiecărei teme tratate în vederea construcției unor instrumente de analiză aplicabile unor cazuri concrete.</li></ol>

8. Misiunea stagiului de Practică este să îl familiarizeze pe student cu problematica specifică domeniului de studiu, prin expunerea la diverse contexte profesionale, situații de comunicare și produse de comunicare. Prin stagiile de practică, FCRP sprijină dezvoltarea angajabilității și inserția profesională rapidă în cadrul industriei de comunicare.

## 9. Tematica

În timpul derulării stagiului de practică, tutorele împreună cu cadrul didactic supervisor stabilesc tematica relevantă, în funcție de domeniul de activitate al organizației în care are loc stagiul de practică.

## 10. Tipurile de activități

Modalitățile de derulare și conținutul stagiului de pregătire practică sunt descrise în convenția-cadru încheiată între SNSPA și organizație și în portofoliul de practică.

## 11. Sarcinile studentului

1. Practicantul are obligația ca pe durata derulării stagiului de practică să respecte programul de lucru stabilit și să execute activitățile specificate de tutore în conformitate cu portofoliul de practică, în condițiile respectării cadrului legal cu privire la volumul și dificultatea acestora.
2. Pe durata stagiului, practicantul respectă regulamentul de ordine interioară al partenerului de practică. În cazul nerespectării acestui regulament, conducătorul partenerului de practică își rezervă dreptul de a anula convenția-cadru, după ce în prealabil a ascultat punctul de vedere al practicantului și al tutorelui și a înștiințat conducătorul instituției de învățământ unde practicantul este înscris și după primirea confirmării de primire a acestei informații
3. Practicantul are obligația de a respecta normele de securitate și sănătate în muncă pe care și le-a însușit de la reprezentantul partenerului de practică înainte de începerea stagiului de practică.
4. De asemenea, practicantul se angajează să nu folosească, în niciun caz, informațiile la care are acces în timpul stagiului despre partenerul de practică sau clienții săi, pentru a le

comunica unui terț sau pentru a le publica, chiar după terminarea stagiului, decât cu acordul respectivului partener de practică.

## 12. Resursele disponibile

Partenerul de practică trebuie să pună la dispoziția practicantului toate mijloacele necesare pentru dobândirea competențelor precizate în portofoliul de practică.

Partenerul de practică va stabili un tutore pentru stagiul de practică, selectat dintre salariații proprii și ale cărui obligații sunt menționate în portofoliul de practică.

Organizatorul de practică desemnează un cadru didactic supervizor, responsabil cu planificarea, organizarea și supravegherea desfășurării pregătirii practice. Cadrul didactic supervizor, împreună cu tutorele desemnat de partenerul de practică stabilesc tematica de practică și competențele profesionale care fac obiectul stagiului de pregătire practică.

## 13. Formele și criteriile de evaluare a rezultatelor învățării

1. În timpul derulării stagiului de practică, tutorele împreună cu cadrul didactic supervizor vor evalua practicantul în permanență, pe baza unei fișe de observație/evaluare. Vor fi evaluate atât nivelul de dobândire a competențelor profesionale, cât și comportamentul și modalitatea de integrare a practicantului în activitatea partenerului de practică (disciplină, punctualitate, responsabilitate în rezolvarea sarcinilor, respectarea regulamentului de ordine interioară al întreprinderii/instituției publice etc.).

2. La finalul stagiului de practică, tutorele elaborează un raport, pe baza evaluării nivelului de dobândire a competențelor de către practicant. Rezultatul acestei evaluări va sta la baza notării practicantului de către cadrul didactic supervizor.

3. Periodic și după încheierea stagiului de practică, practicantul va prezenta un caiet de practică care va cuprinde: denumirea modulului de pregătire; competențe exersate; activități desfășurate pe perioada stagiului de practică; observații personale privitoare la activitatea depusă

## 14. Evaluare

Evaluarea practicii se face prin evaluarea proiectului de practica, cu notare de la 1 la 10.

Data completării:  
24.09.2020

Semnătura titularului de seminar  
Lector univ. dr. Raluca Buturoiu  
Asist. univ. dr. Cătălina Niculescu  
Lector univ. dr. Mădălina Boțan  
Lector univ. dr. Georgiana Udrea

Data avizării în departament:  
30.09.2020

Semnătura directorului de departament:

## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Școala Națională de Studii Politice și Administrative
1.2 Facultatea	Facultatea de Comunicare și Relații Publice
1.3 Departamentul	Comunicare
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii	Studii universitare de licență
1.6 Programul de studii	Comunicare și relații publice

### 2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei		<b>Psihologia comunicării</b>					
2.2 Titularul activităților de curs		<b>Conf. univ. dr. Dan Florin Stănescu</b>					
2.3 Titularul activităților de seminar		<b>CDA drd. Marius Romascanu</b>					
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	III	2.6 Tipul de evaluare	V	2.7 Regimul disciplinei	DS, Opt.

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	28
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, eseuri					20
Tutoriat					
Examinări					4
Alte activități.....					5
<b>3.7 Total ore studiu individual</b>	69				
<b>3.9 Total ore pe semestru</b>	125				
<b>3.10 Numărul de credite</b>	5				

### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	• Teoria comunicării
4.2 de competențe	• Nu este cazul

### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	• Videoproiector, whiteboard sau flipchart, markere diverse culori
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	• Videoproiector, whiteboard sau flipchart, markere diverse culori, posti-it, banda adeziva, capsator, capse, foi A4 colorate, foarfece, lipici stick, hartie creponata, foi flipchart

## 6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>1. Cunoaștere și înțelegere (<i>cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Poate opera cu teoriile, conceptele și modelele relevante ale domeniului psihologiei comunicării</li> <li>• Poate folosi în mod critic cunoștințele însușite</li> <li>• Cunoaște principale instrumente de diagnoza în domeniul comunicării</li> <li>• Poate identifica diferite tipuri de probleme de comunicare</li> <li>• Cunoaște, din perspectiva principalelor teorii și modele, principalele teme ale domeniului</li> <li>• Cunoaște și înțelege mecanismele de optimizare și intervenție în acest domeniu</li> </ul>
	<p>2. Explicare și interpretare (<i>explicarea și interpretarea unor idei, proiecte, procese, precum și a conținuturilor teoretice și practice ale disciplinei</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Poate utiliza principalele instrumente în diagnoza problemelor de comunicare</li> <li>• Poate identifica principalele probleme de comunicare cu care se poate confrunta</li> </ul>
	<p>3. Instrumental- aplicative (proiectarea, conducerea și evaluarea activităților practice specifice: utilizarea unor metode, tehnici și instrumente de investigare și de aplicare)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Poate utiliza ansamblul de metode și tehnici specific analizei comunicării în realizarea unor studii de cercetare</li> <li>• Poate să operaționalizeze conceptele asociate fiecărei teme tratate</li> <li>• Poate opera cu instrumente de cercetare în diagnosticarea problemelor de comunicare</li> </ul>
	<p>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).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Însușirea codului etic al cercetării desfășurate în domeniul comunicării</li> <li>• Însușirea neutralității specifice cercetătorului în proiectarea, derularea și implementarea unui proiect de analiză</li> <li>• Însușirea unei atitudini proactive vizavi de cercetarea problemelor de comunicare</li> </ul>
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară</li> <li>• Sunt analizate critic studii de caz din domeniul psihologiei comunicării pentru dezvoltarea cunoașterii științifice și înțelegerea comportamentelor asociate</li> <li>• Sunt discutate aspecte deontologice care au valoarea generală pentru domeniul comunicării</li> </ul>

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> <li>• formarea unei culturi generale în domeniul psihologiei comunicării;</li> <li>• formarea aparatului conceptual specific domeniului psihologiei comunicării</li> <li>• dezvoltarea abilităților de comunicare</li> </ul>
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>• utilizarea unor instrumente de analiză și interpretare specifice psihologiei comunicării</li> <li>• identificarea corectă și explicarea unor fenomene, procese, evenimente cu caracter comunicațional</li> <li>• interpretarea unor diferite puncte de vedere, precum și a rezultatelor unei analize sau cercetări în domeniu din perspectiva teoretică a psihologiei comunicării</li> <li>• realizarea unor conexiuni între cunoștințele, deprinderile și abilitățile dobândite prin studiul psihologiei comunicării și aplicarea acestora în soluționarea unor situații dificile</li> </ul>

## 8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
Comunicarea – definiție concept, tipuri de comunicare, filtre	Prelegere, prezenări ppt	
Personalitatea / temperamentul	Prelegere, prezenări ppt, proiecții video	
Ascultarea activă	Prelegere, prezenări ppt, proiecții video	
Adresarea întrebărilor	Prelegere, prezenări ppt, proiecții video	
Psihologia dezvoltării – limbajul	Prelegere, prezenări ppt, proiecții video	
Comunicarea asertivă	Prelegere, prezenări ppt, proiecții video	
Modelul Milton	Prelegere, prezenări ppt, proiecții video	
Abilități de prezentare	Prelegere, prezenări ppt, proiecții video	
Diagnoza comunicării	Prelegere, prezenări ppt, proiecții video	
Climatul de comunicare	Prelegere, prezenări ppt, proiecții video	
<p><b>Bibliografie</b></p> <p>Abric, J.C. (2002). Psihologia comunicării - Teorii și metode, Iași: Polirom.</p> <p>Atkinson, R.L., Atkinson, R.C., Smith, E.E., Bem, D.J. (2002). Introducere în psihologie, București: Editura Tehnică.</p> <p>Bandler, R., &amp; Grinder, J. (2008). Structura magicului vol.I și II, București: Editura Excalibur.</p> <p>Hall, M. (2008). Magia comunicării. Explorarea structurii și înțelesului limbajului, București: Editura Excalibur.</p> <p>Lelord, F., &amp; Andre, C. (2011). Cum să ne purtăm cu personalitățile dificile, București: Editura Trei.</p> <p>Neveanu, P.P. (2013). Tratat de psihologie generală, București: Editura Trei.</p> <p>Papalia, D.E., Olds, S. W. &amp; Feldman, R. D. (2010). Dezvoltarea umană, Bucuresti: Editura Trei.</p> <p>Ponomaryov, V.I., Osypenko, A.A., &amp; Iagniuk, Ia.K. (2016). Communication Psychology: manual. In 2 parts., V. N. Karazin Kharkiv National University.</p> <p>Schiopu, U., &amp; Verza, E. (1997). Psihologia varstelor – ciclurile vietii, Bucuresti: Editura Didactica si Pedagogica.</p> <p>Schaffer, H.R. (2007). Introducere in psihologia copilului, Cluj-Napoca: Editura ASCR</p> <p>Slama-Cazacu, T. (1999). <i>Psiholingvistica – o stiinta a comunicarii</i>, Bucuresti: Editura All Educational.</p> <p>Zlate, M. (1999). Psihologia mecanismelor cognitive, Iași: Polirom.</p> <p>Zlate, M. (2007). Tratat de psihologie organizațional-managerială vol. II, Iași: Polirom.</p>		
8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
Obstacole în comunicare	Exerciții și studii de caz cu studenții și analiza critică a bibliografiei consultate	
Ascultarea – abilitati de reflectare	Exerciții și studii de caz cu studenții și analiza critică a bibliografiei consultate	
Sisteme reprezentationale	Exerciții și studii de caz cu studenții și analiza critică a bibliografiei consultate	
Modelul preciziei	Exerciții și studii de caz cu studenții și analiza critică a bibliografiei consultate	
Comunicarea cu persoane dificile	Exerciții și studii de caz cu studenții și analiza critică a bibliografiei consultate	
Feedback	Exerciții și studii de caz cu studenții și analiza critică a bibliografiei consultate	
Abilități de prezentare – aplicații practice	Exerciții și studii de caz cu studenții și analiza critică a bibliografiei consultate	
<p><b>Bibliografie</b></p> <p>Similară cu cea pentru curs la care se adauga:</p> <p>Chomsky, N. &amp; Piaget, J. (1988). Teorii ale limbajului. Teorii ale învățării, București: Editura Politică.</p>		



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

- Disciplina este elaborată pe baza unor manuale și materiale cu caracter științific și recunoscute internațional
- Temele tratate în cadrul cursului și seminarelor se înscriu în preocupările actuale în domeniul comunicării și publicității
- Titularul cursului este psiholog principal în psihologie clinică și psihologia muncii și organizațională și predă cursuri de formare continuă pentru adulți mai mult de 15 ani. De asemenea, a realizat numeroase cercetări 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	Răspuns corect și argumentat la subiectele de examen.	Examenul final va cuprinde atât întrebări închise, de tip grilă, cât și întrebări deschise	80%
10.5 Seminar/laborator	Implicare activă în activitățile de seminar	Nota la activitatea din timpul seminarului ia în considerare proiectul individual/de grup și prezența activă din timpul seminariilor	20%
10.6 Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"><li>• Definirea corectă a conceptelor de bază ale fiecărei teme, recunoașterea principalelor teorii și paradigme și a principalelor metode de cercetare</li></ul>			

Data completării

24.09.2020

Semnătura titularului de curs

.....

Semnătura titularului de seminar

.....

Data avizării în departament

30.09.2020

Semnătura directorului de departament

.....

**FIȘA DISCIPLINEI**  
**PUBLIC PARTICIPATION (PARTICIPARE ȘI DEZBATERE PUBLICĂ)**

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Școala Națională de Studii Politice și Administrative
1.2. Facultatea	Comunicare și Relații Publice
1.3. Departamentul	Relații publice
1.4. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5. Ciclul de studii	Studii universitare de licență
1.6. Programul de studii/Calificarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Public participation (Participare și dezbatere publică)						
2.2. Titularul activităților de curs	Prof. univ. dr. Remus Pricopie						
2.3. Titularul activităților de seminar	Prof. univ. dr. Remus Pricopie						
2.4. Anul de studiu:	III	2.5. Semestrul	V	2.6. Tipul de evaluare	V	2.7. Regimul disciplinei	DC, Fac

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	2	din care: 3.2. curs	1	3.3. seminar/laborator	1
3.4. Total ore din planul de învățământ	28	din care: 3.5. curs	14	3.6. seminar/laborator	14
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					10
Tutoriat					
Examinări					2
Alte activități....					
3.7. Total ore studiu individual					72
3.8. Total ore din planul de învățământ					28
3.9. Total ore pe semestru					100
3.10. Numărul de credite					4

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Nicio disciplină nu este obligatorie
4.2. de competențe	Cursul este destinat studenților de la studiile universitare de licență

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Sala de curs cu videoproiector
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	Sală de seminar/cu videoproiector

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>1. Cunoaștere și înțelegere (<i>cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Înțelegerea și asimilarea noțiunilor importante din domeniu;</li> <li>- Cunoașterea unor teorii relevante pentru analiza mecanismelor de participare</li> </ul>
-------------------------	--

	<p>publică;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dezvoltarea unui punct de vedere critic și personal cu privire la teoriile învățate;</li> <li>- Cunoașterea unor clasificări relevante și a criteriilor de încadrare în clasificări;</li> <li>- Realizarea distincțiilor între perspectivele teoretice prezentate;</li> <li>- Cunoașterea metodelor de analiză și diagnoză a mecanismelor de participare publică;</li> <li>- Capacitatea de exemplificare pentru noțiunile abstracte învățate.</li> </ul>
	<p>2. Explicare și interpretare (<i>explicarea și interpretarea unor idei, proiecte, procese, precum și a conținuturilor teoretice și practice ale disciplinei</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicarea noțiunilor în contextul unor studii de caz specifice;</li> <li>• Realizarea de corelații între noțiuni și modele teoretice;</li> <li>• Particularizarea teoriilor și modelelor studiate în contextul specific românesc;</li> <li>• Interpretarea perspectivelor oferite într-un cadru interdisciplinar;</li> <li>• Compararea diferitelor puncte de vedere asupra unei probleme sau caz concret;</li> <li>• Formularea unor ipoteze cu privire la aspecte ale participării publice la nivel național și european;</li> <li>• Avansarea unui punct de vedere personal pentru explicarea unui fenomen fenomenelor studiate, în contextele prezentate;</li> <li>• Capacitatea de a argumenta viziunea proprie pentru îmbunătățirea participării publice la decizii și politici importante.</li> </ul>
	<p>3. Instrumental- aplicative (proiectarea, conducerea și evaluarea activităților practice specifice: utilizarea unor metode, tehnici și instrumente de investigare și de aplicare)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificarea mecanismelor de participare publică la nivel național și european;</li> <li>• Operaționalizarea unor concepte pentru studiul aplicat;</li> <li>• Construirea unor instrumente adecvate pentru testarea unor ipoteze de nivel mediu;</li> <li>• Capacitatea de analiză a lucrărilor prezentate ca bibliografie și construirea unei opinii proprii cu privire la fenomenele prezentate.</li> </ul>
	<p>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).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Construirea unei perspective corecte în ceea ce privește finalitatea demersului unui specialist în comunicare în cadrul național sau european.</li> <li>• Respectarea principiilor comunicării strategice: adevărul, transparența, interesul public.</li> </ul>
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rezolvarea în mod realist - cu argumentare atât teoretică, cât și practică - a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora.</li> <li>• Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice.</li> <li>• Autoevaluarea nevoii de perfecționare a competențelor care permit implicarea în procesele de participare publică.</li> </ul>

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Înțelegerea și asimilarea noțiunilor importante din domeniu.
7.2. Obiective specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cunoașterea unor teorii relevante pentru analiza mecanismelor de participare publică;</li> <li>- Dezvoltarea unui punct de vedere critic și personal cu privire la teoriile învățate;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizarea distincțiilor între perspectivele teoretice prezentate;</li> <li>- Cunoașterea metodelor de planificare a comunicării pentru a genera participare publică;</li> <li>- Capacitatea de exemplificare pentru noțiunile abstracte învățate;</li> <li>- Cunoașterea modelelor de măsurare ale opiniei publice și interpretarea acestora.</li> </ul>
--	--

## 8. Conținuturi

Curs	Metode de predare	Observații
1. Participarea publică: etape, modele teoretice, concepte esențiale	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Necesar videoproiector
2. Procese și instrumente de participare publică	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Necesar videoproiector
3. Participarea publică și formularea politicilor publice	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Necesar videoproiector
4. Cetățenia activă în Uniunea Europeană	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Invitat special de la Reprezentanța Comisiei Europene
5. Comunicare strategică și participare publică	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Necesar videoproiector
6. Evaluarea eficienței mecanismelor de participare publică	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Necesar videoproiector
7. Noi mecanisme de participare publică în epoca web 2.0	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	Necesar videoproiector
<b>Bibliografie</b>		
<p>Barnes, Marian. (2007). <i>Power, Participation And Political Renewal: Case Studies In Public Participation</i>, Bristol: Policy.</p> <p>Chapman, Colin and Crona Hodges. (2017) "Can Citizen Science Seriously Contribute to Policy Development?: A Decision Maker's View." <i>Analyzing the Role of Citizens Science in Modern Research</i>. IGI Global, pp. 246-261.</p> <p>Lee Caroline W., McQuarrie, Michael, Walker, Edward T. (Eds.) (2015). <i>Democratizing Inequalities: Dilemmas of the New Public Participation</i>, NYU Press.</p> <p>Pricopie, Remus. (2011). <i>Participarea publică. Comunicare pentru dezvoltare durabilă</i>. Editura comunicare.ro</p> <p>Webler, Thomas &amp; TULER, SETH &amp; Krueger, Rob. (2001). What Is a Good Public Participation Process? Five Perspectives from the Public. <i>Environmental management</i>. 27. 435-50. 10.1007/s002670010160.</p>		
<b>8.2. Seminar/laborator</b>	<b>Metode de predare</b>	<b>Observații</b>
1. Planificarea campaniilor de participare publică	Analiza unor studii de caz și propunerea unor soluții	Lucru în echipe
2. Implementarea campaniilor de participare publică	Analiza unor studii de caz și propunerea unor soluții	Lucru în echipe
3. Evaluarea campaniilor de participare publică	Analiza unor documente din proiectul Starea Națiunii	Lucru în echipe
4. Planificarea unor proiecte de impulsioneare a cetățeniei active în România	Pregătirea unor prezentări în echipe	Lucru în echipe
5. Elaborarea strategiilor de participare publică la nivel european și național	Pregătirea unor schițe de strategii	Lucru în echipe
6. Politicile publice și includerea participării publice în fundamentarea acestora	Dezbateri pe tema modului în care opiniile cetățenilor pot fi utilizate în fundamentarea politicilor publice	Dezbateri în echipe
7. Utilizarea instrumentelor de comunicare online pentru îmbunătățirea calității participării publice	Prezentări în echipe	Prezentări în echipe

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

- Tematica cursului este elaborată pe baza unor lucrări și articole recunoscute internațional.
- Majoritatea tematicilor tratate în cadrul cursului și seminariilor se înscriu în plaja de actualitate a nevoilor și intereselor de studiu și cercetare în domeniu

#### 10. Evaluare

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
Curs /Examen scris	- cunoaștere și înțelegere;	Predarea unui eseu	50%
Seminar	- cunoaștere și înțelegere; - abilitatea de explicare și interpretare; - rezolvarea completă și corectă a cerințelor.	Proiect-prezentare	50%
10.6. Standard minim de performanță:			
Pentru a putea intra în examen, prezența la curs și seminar trebuie să fie de minim 50%.			
Pentru a promova, studentul trebuie să obțină nota de trecere la cele două probe.			

Data completării:

24.09.2020

Semnătura titularului de curs

Prof. univ. dr. Remus Pricopie

Semnătura titularului de seminar

Data avizării în departament:

30.09.2020

Semnătura directorului de departament:

## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Școala Națională de Studii Politice și Administrative
1.2. Facultatea	Comunicare și Relații Publice
1.3. Departamentul	Relații Publice
1.4. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5. Ciclul de studii	Universitar
1.6. Programul de studii/Calificarea	Comunicare și relații publice

### 2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Publicitate si Reclama						
2.2. Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Dan Petre						
2.3. Titularul activităților de seminar	Conf. univ. dr. Dan Petre						
2.4. Anul de studiu:	2	2.5. Semestrul	2	2.6. Tipul de evaluare	V	2.7. Regimul disciplinei	DS, Opt

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	3	din care: .... curs	1	3.3. seminar/laborator	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	42	din care: .....curs	14	3.6. seminar/laborator	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					20
Tutoriat					
Examinări					3
Alte activități....					
3.7. Total ore studiu individual					83
3.8. Total ore din planul de învățământ					42
3.9. Total ore pe semestru					125
3.10. Numărul de credite					5

### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	- Nicio disciplină nu este obligatorie
4.2. de competențe	- Cursul este obligatoriu și este destinat studenților din anul I

### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Sala de curs cu videoproiector On line folosind platforma ZOOM și platforma SNSPA
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	Sala de seminar On line folosind platforma ZOOM și platforma SNSPA

### 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	1. Aprofundare și aplicare ( <i>aprofundarea și folosirea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei</i> )
-------------------------	---

	<p>-a. Aprofundarea și operarea cu noțiunile, conceptele și modelele fundamentale relevante din domeniul publicitar;</p> <p>- b. Conceperea tehnicilor și instrumentelor utilizate în domeniul publicitar;</p> <p>- c. Stabilirea unor obiective realiste, măsurabile de campanie.</p>
	<p>2. Dezvoltare și analiză (<i>dezvoltarea și analizarea unor idei, proiecte, procese, precum și a conținuturilor teoretice și practice ale disciplinei</i>)</p> <p>-a. capacitatea de dezvoltare și de analiză a noțiunilor din aria publicității;</p> <p>-b. capacitatea de a dezvolta abordări pentru strategia sau creația publicitară, în funcție de particularitățile produsului ori de particularitățile segmentelor relevante de public;</p> <p>-c. capacitatea de a îmbunătăți modalitățile de publicitate tradiționale.</p>
	<p>3. Instrumental- aplicative (proiectarea, conducerea și evaluarea activităților practice specifice: utilizarea unor metode, tehnici și instrumente de investigare și de aplicare)</p> <p>-a. capacitatea de a implementa o campanie publicitară;</p> <p>-b. capacitatea de a utiliza metode, tehnici și instrumente specifice domeniului publicitar, în arii precum planificarea strategică, creația pentru publicitate și planificarea media;</p> <p>-c. capacitatea de dezvoltare a celor mai bune tactici pentru urmărirea și optimizarea campaniilor;</p> <p>-d. Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC) în elaborarea unei campanii publicitare.</p>
	<p>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).</p> <p>-a. însușirea codului deontologic al domeniului publicitar;</p> <p>-b. abordarea etică a practicii publicitare;</p> <p>-c. manifestarea unei atitudini de echilibru și de neutralitate științifică.</p>
Competențe transversale	Responsabilitate, comunicare deschisă, abilitatea de a lucra în echipă, imaginație

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Dezvoltarea noțiunilor din domeniul publicitar și implementarea lor în practică.
7.2. Obiective specifice	Stăpânirea și utilizarea teoriilor și conceptelor specifice domeniului, abordarea critică a unor fenomene relevante sectorului publicitar.

#### 8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Observații
Cursul 1. Schimbări în publicitate. Redefinirea	Prelegeri susținute de prezentări	

domeniului publicitar, asemănări și diferențe cu domenii înrudite (marketing, PR), tendințe;	PowerPoint și multimedia din domeniul publicitar.	
Cursul 2. Concepte cheie în era digitală vs. tradițională;	Prelegeri susținute de prezentări PowerPoint și multimedia din domeniul publicitar.	
Cursul 3. Evoluția publicității digitale: platforme digitale, tipuri de publicitate on-line;	Prelegeri susținute de prezentări PowerPoint și multimedia din domeniul publicitar.	
Cursul 4. Comunicarea digitală: impactul rețelelor sociale, planificarea și măsurarea unei campanii digitale, gestionarea conținutului on-line;	Prelegeri susținute de prezentări PowerPoint și multimedia din domeniul publicitar.	
Cursul 5. Agenția de publicitate: relația client-agenție, account planning-ul;	Prelegeri susținute de prezentări PowerPoint și multimedia din domeniul publicitar.	
Cursul 6. Cercetarea pentru publicitate. Tipologia cercetării în funcție de etapa campaniei de publicitate: exploratorie, confirmatorie, evaluatorie;	Prelegeri susținute de prezentări PowerPoint și multimedia din domeniul publicitar.	
Cursul 7. Cunoașterea comportamentului de consum, insight-ul, planificare strategică;	Prelegeri susținute de prezentări PowerPoint și multimedia din domeniul publicitar.	
Cursul 8. Fundamentele dezvoltării creative. Procesul creativ și etapele sale. Instrumente și tehnici creative;	Prelegeri susținute de prezentări PowerPoint și multimedia din domeniul publicitar.	
Cursul 9. Media în publicitate: optimizarea unui plan de activități media în cadrul campaniei publicitare, strategii de media noi și tradiționale;	Prelegeri susținute de prezentări PowerPoint și multimedia din domeniul publicitar.	
Cursul 10. Totul despre (re)branding: soluții strategice de brand, comunicare integrată, gestionarea portofoliului de brand;	Prelegeri susținute de prezentări PowerPoint și multimedia din domeniul publicitar.	
Cursul 11. Experiența consumatorului;	Prelegeri susținute de prezentări PowerPoint și multimedia din domeniul publicitar.	
Cursul 12. Bugetarea în publicitate. Modalități de remunerare a unei agenții de publicitate. Planul de afaceri al unei agenții de publicitate;	Prelegeri susținute de prezentări PowerPoint și multimedia din domeniul publicitar.	
Cursul 13. Tendințe în publicitate;	Prelegeri susținute de prezentări PowerPoint și multimedia din domeniul publicitar.	
Cursul 14. Câștigarea unui pitch. Cele mai bune campanii – studii de caz.	Prelegeri susținute de prezentări PowerPoint și multimedia din domeniul publicitar.	
<b>Bibliografie</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aaker, D. A., <i>Strategia portofoliului de brand</i>, Editura Brandbuilders, 2011</li> <li>2. Alter, A., <i>Irezistibil: Dependența de tehnologie și afacerile din spatele ei</i>, Editura Publica, 2017</li> <li>3. Aitchison, J., <i>Inovatie in advertising. Cum sa creezi cele mai bune print-ad-uri pentru brandurile secolului XXI</i>, Editura BrandBuilders, 2006</li> <li>4. Altsiel, T., Grow, J.M., Jennings, M., <i>Advertising Creative: Strategy, Copy, and Design</i>, Editura Sage</li> </ol>		



<p>Publications, 2019</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>5. Baskin, Merry (ed.), Earls, Mark (ed.), <i>Brand new brand thinking</i>, Londra, Kogan Page Limited, 2003</li> <li>6. Berger, J., <i>Influența invizibilă</i>, Editura Publica, 2017</li> <li>7. Brott, A., Zyman, S., <i>Sfârșitul advertisingului așa cum îl știm</i>, Editura Publica, 2008</li> <li>8. Carr, N., <i>Superficialii</i>, Editura Publica, 2012</li> <li>9. Cialdini, R., <i>Pre-suasiune</i>, Editura Publica, 2017</li> <li>10. Cooper, Alan (ed.), <i>How to plan advertising</i>, Londra, Thomson Learning, 1997</li> <li>11. Fallon, P., Senn, F., <i>Creativitatea în publicitate</i>, Editura ALL, 2008</li> <li>12. Godin, S., <i>Triburi</i>, Editura Publica, 2015</li> <li>13. Griffiths, J., Follows, T., <i>98% Pure Potato. The origins of advertising account planning as told to us by its pioneers</i>, Editura Random House UK, 2016</li> <li>14. Olins, W., <i>Manual de branding</i>, Editura Vellant, 2009</li> <li>15. Petre, D., Nicola, M., <i>Introducere în publicitate</i>, Editura Comunicare.ro, București, 2009</li> <li>16. Porter, M., <i>Despre concurență</i>, Editura Meteor Press, 2008</li> <li>17. Sutherland, R., <i>Alchemy: The Surpassing Power of Ideas That Don't Make Sense</i>, Editura WH Allen, 2019.</li> <li>18. Thaler, R. H., Sunstein, C.R., <i>Nudge</i>, Editura Publica, 2010</li> <li>19. Trâncă, S., <i>Brief</i>, Editura Publica, 2015</li> <li>20. Wu, T., <i>The Attention Merchants: The Epic Scramble to Get Inside Our Heads</i>, Editura Random House UK, 2017</li> </ol>		
8.2. Seminar/laborator	Metode de predare	
1. Schimbări în publicitate;	Seminarii interactive, bazate pe dezbateri asupra conceptelor publicitare și pe realizarea unor materiale specifice domeniului.	
2. Experiența consumatorului;	Seminarii interactive, bazate pe dezbateri asupra conceptelor publicitare și pe realizarea unor materiale specifice domeniului.	
3. Comunicarea digitală;	Seminarii interactive, bazate pe dezbateri asupra conceptelor publicitare și pe realizarea unor materiale specifice domeniului.	
4. Strategia de brand;	Seminarii interactive, bazate pe dezbateri asupra conceptelor publicitare și pe realizarea unor materiale specifice domeniului.	
5. Fundamentele dezvoltării creative;	Seminarii interactive, bazate pe dezbateri asupra conceptelor publicitare și pe realizarea unor materiale specifice domeniului.	
6. Optimizarea planului media;	Seminarii interactive, bazate pe dezbateri asupra conceptelor publicitare și pe realizarea unor materiale specifice domeniului.	
7. (Re)branding.	Seminarii interactive, bazate pe dezbateri asupra conceptelor publicitare și pe realizarea unor materiale specifice domeniului.	
<b>Bibliografie:</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dru, J.M., <i>How Disruption Brought Order: The Story of a Winning Strategy in the World of Advertising</i>, Editura Palgrave Macmillan, 2007</li> <li>2. Hill, D., <i>Emotionomics. Cum să câștigi inimile și mințile oamenilor</i>, Editura Publica, 2010</li> <li>3. Levinson, J. C., <i>Guerrilla Creativity</i>, Editura Busine\$\$ Tech, 2002</li> <li>4. Lindstrom, M., <i>Brandwashed</i>, Editura Publica, 2013</li> <li>5. Michaelson, G., Michaelson S., <i>Sun Tzu: strategii de marketing</i>, Editura Brandbuilders, 2007</li> <li>6. Olins, Wally., <i>Manual de branding</i>, Editura Vellant, 2009</li> <li>7. Ries, Al, Trout, Jack, <i>Căderea advertisingului și ascensiunea PR-ului</i>, Editura Brandbuilders, 2004</li> <li>8. Roberts, K., <i>Lovemarks. Viitorul dincolo de branduri</i>, Editura Business Media Group, 2006</li> </ol>		

9. Steel, J., *Pitch-ul perfect. Artă de a vinde idei și câștigarea unor noi afaceri*, Editura John Wiley and Sons, 2007
10. Trâncă, S., *Brief*, Editura Publica, 2015.

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

Prin menținerea unei legături strânse între mediul academic și cel profesional, urmărim dezvoltarea unor competențe ce se vor dovedi utile absolvenților în momentul angajării. Astfel, acest curs servește la dobândirea cunoștințelor necesare pentru ocuparea unui loc de muncă în organizații ce activează pe piața de marketing și comunicare (agenții de publicitate, departamente de marketing/ cercetare de piață). Conținutul disciplinei este în permanență actualizat conform noilor cerințe din domeniu.

#### 10. Evaluare

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
Curs /Examen	Cunoașterea și capacitatea de utilizare în practică a noțiunilor specifice domeniului.	Examen practic (constând în conceperea unei campanii de publicitate) la finalul semestrului	50%
Seminar	Capacitatea de a realiza produse comunicaționale specifice domeniului publicitar (folosind conceptele însușite pe parcursul orelor de curs).	Evaluare pe parcursul semestrului, constând în realizarea a 2 proiecte complexe de seminar: arhetipuri + SIT (propuneri creative, lucrări de grup – max. 4 studenți).	50%

#### 10.6. Standard mediu de performanță:

Aplicarea unor cunoștințe teoretice de bază asupra disciplinei (având la bază parcurgerea cursului și a bibliografiei minime indicate): aplicarea conceptelor de bază, utilizarea principalelor teorii din domeniu, precum și a instrumentelor utilizate în realizarea unei campanii de publicitate.

Studentul trebuie să aibă cel puțin 4 prezențe la seminar și minimum nota 5 pentru activitatea de seminar și la examenul final.

Data completării:  
24.09.2020

Semnătura titularului de curs  
conf. univ. dr. Dan Petre

Semnătura titularului de seminar  
conf. univ.dr. Dan Petre

Data avizării în catedră:  
30.09.2020

Semnătura directorului de departament:

## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Școala Națională de Studii Politice și Administrative
1.2. Facultatea	Comunicare și Relații Publice
1.3. Departamentul	Comunicare
1.4. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5. Ciclul de studii	Studii universitare de licență
1.6. Programul de studii/Calificarea	Comunicare și relații publice, Publicitate

### 2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	<b>Redactare academică</b>						
2.2. Titularul activităților de curs	Lector univ. dr. George Tudorie, Lector univ. dr. Raluca Buturoiu						
2.3. Titularul activităților de seminar	Asist. univ. dr. Florența Toader						
2.4. Anul de studiu:	I	2.5. Semestrul	I	2.6. Tipul de evaluare	E	2.7. Regimul disciplinei	DD, Obl.

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	3	din care: .... curs	2	3.3. seminar/laborator	1
3.4. Total ore din planul de învățământ	42	din care: .....curs	28	3.6. seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					23
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					25
Pregătire seminarii/laboratoare, teme referate, portofolii și eseuri					25
Tutoriat					10
Examinări					-
Alte activități....					-
3.7. Total ore studiu individual					83
3.8. Total ore din planul de învățământ					42
3.9. Total ore pe semestru					125
3.10. Numărul de credite					5

### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Nu este cazul.
4.2. de competențe	Nu este cazul. Cursul este destinat studenților din anul I, specializarea Comunicare și Relații Publice și specializarea Publicitate.

### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Acces platforma WEBEX.
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	Acces platforma WEBEX.

### 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>1. Cunoaștere și înțelegere</p> <p>1.1. Cunoașterea modalităților și surselor de documentare adecvate în context academic;</p> <p>1.2. Cunoașterea regulilor de citare a diverselor surse academice;</p> <p>1.3. Cunoașterea formelor de fraudă intelectuală: plagiat, fabricare, contrafacere a datelor;</p> <p>1.4. Cunoașterea exigențelor specifice ce guvernează comunicarea academică;</p> <p>1.5. Cunoașterea caracteristicilor generice (genuri academice) ce rezultă din exigențele specifice comunicării academice;</p> <p>1.6. Cunoașterea diverselor tipuri de structuri textuale sau argumentative ce rezultă</p>
-------------------------	---

	<p>din exigențele specifice cunoașterii academice;</p> <p>1.7. Cunoașterea caracteristicilor stilului relevante pentru redactarea academică;</p> <p>1.8. Cunoașterea erorilor frecvente de limbă;</p> <p>1.9. Cunoașterea diverselor paratexte ce direcționează sensul textului academic (abstract, prefață, note editoriale, index de concepte, glosare etc.)</p>
	<p>2. Explicare și interpretare</p> <p>2.1. Identificarea diverselor stiluri de citare într-un text și convertirea de la un stil la altul;</p> <p>2.2. Identificarea, în texte academice, a vocilor și surselor;</p> <p>2.3. Identificarea mărcilor parafrizei, citării și ale discursului raportat și explicarea rolului lor;</p> <p>2.4. Identificarea și analiza, în diverse texte academice, a structurilor textuale și argumentative;</p> <p>2.5. Identificarea și discutarea critică a rolului elementelor de paratext în diverse genuri academice;</p> <p>2.6. Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării.</p>
	<p>3. Instrumental-aplicative</p> <p>3.1. Identificarea de surse bibliografice relevante;</p> <p>3.2. Folosirea corectă a unui stil standard de citare și a programelor de management computerizat al bibliografiilor;</p> <p>3.3. Redactarea de texte academice în raport cu exigențele generice ale situației de comunicare academică;</p> <p>3.4. Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC).</p>
	<p>4. Atitudinale</p> <p>4.1. Aprecierea onestității intelectuale;</p> <p>4.2. Dezvoltarea unei voci personale;</p> <p>4.3. Promovarea gândirii critice, autonome și reflexive;</p> <p>4.4. Identificarea și utilizarea elementelor specifice de deontologie și de responsabilitate socială;</p> <p>4.4. Disponibilitatea către dialog.</p>
Competențe transversale	<p>1. Capacitate de rezolvare de probleme și încredere în propriile abilități de a gestiona sarcini dificile.</p> <p>2. Capacitate de autoevaluare a nevoilor de învățare și corectare a propriilor erori.</p> <p>3. Atitudine constructivă în condiții de lucru în echipă.</p>

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Deprinderea abilităților de redactare academică;</li> <li>- Cunoașterea normelor de redactare academică specifice elaborării textelor cu caracter științific;</li> <li>- Valorizarea onestității intelectuale;</li> <li>- Evitarea fraudei academice și a plagiatului;</li> <li>- Dezvoltarea unei voci personale;</li> <li>- Dezvoltarea gândirii critice, autonome și reflexive;</li> <li>- Dezvoltarea disponibilității către dialog.</li> </ul>
7.2. Obiective specifice	<p>La sfârșitul cursului studenții trebuie să fie capabili:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- să redacteze corect gramatical și adecvat stilistic, în limba română, texte academice de diverse dimensiuni în diverse genuri academice;</li> <li>- să identifice surse bibliografice relevante și cu autoritate științifică;</li> <li>- să folosească în mod corect cel puțin un sistem de citare;</li> <li>- să folosească software de management bibliografic;</li> <li>- să evalueze impactul diverselor tipuri de fraudă intelectuală (plagiat, contrafacere, fabricare etc.);</li> <li>- să identifice în textele altora și să folosească, în propriile texte, structurile textuale și argumentative oportune exigenței comunicaționale;</li> <li>- să identifice și să explice rolul diverselor tipuri de paratext academic (abstracte, cuvinte</li> </ul>

cheie, index de concepte, index de autori etc.).

## 8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Observații
1. Curs introductiv. Prezentarea tematicii și a modalității de evaluare. Principii generale în redactarea academică.	Prezentarea orală însoțită de PPT pe platforma WEBEX.	
2. Surse academice. Strategii de documentare.	Prezentarea orală însoțită de PPT pe platforma WEBEX.	
3. Realizarea aparatului bibliografic. Stiluri de citare: stilul APA, stilul Academiei Române.	Prezentarea orală însoțită de PPT pe platforma WEBEX.	
4. Managementul computerizat al bibliografiilor: programul Zotero.	Prezentarea orală însoțită de PPT pe platforma WEBEX.	
5. Realizarea unei fișe de lectură. Managementul vocilor în textul academic – citarea și parafraza.	Prezentarea orală însoțită de PPT pe platforma WEBEX.	
6. Frauda intelectuală. Despre plagiat.	Prezentarea orală însoțită de PPT pe platforma WEBEX.	
7. Structuri argumentative în textul academic.	Prezentarea orală însoțită de PPT pe platforma WEBEX.	
8. Tipuri de texte academice.	Prezentarea orală însoțită de PPT pe platforma WEBEX.	
9. Redactarea unei lucrări de cercetare (I). Structură. Temă și titlu. Discutarea literaturii științifice.	Prezentarea orală însoțită de PPT pe platforma WEBEX.	
10. Redactarea unei lucrări de cercetare (II). Discutarea literaturii științifice.	Prezentarea orală însoțită de PPT pe platforma WEBEX.	
11. Redactarea unei lucrări de cercetare (III). Discutarea metodei și a datelor empirice. Argumentare, exemplificare și concluzii.	Prezentarea orală însoțită de PPT pe platforma WEBEX.	
12. Redactarea unei lucrări de cercetare (IV). Argumentare, exemplificare și concluzii.	Prezentarea orală însoțită de PPT pe platforma WEBEX.	
13. Prezentarea unui text academic.	Prezentarea orală însoțită de PPT pe platforma WEBEX.	
14. Recapitulare finală.	Prezentarea orală însoțită de PPT pe platforma WEBEX.	

### Bibliografie

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

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

Bruce, I. (2008). *Academic writing and genre: A systematic analysis*. London: Continuum.

Carter, M. (2013). *Designing Science Presentations. A Visual Guide to Figures, Papers, Slides, Posters, and More*. Amsterdam: Academic Press.

Chelcea, S. (2003). *Metodologia elaborării unei lucrări științifice*. București: comunicare.ro.

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

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

Day, T. (2018). *Success in academic writing*. Palgrave Macmillan.

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

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

Hartley, J. (2008). *Academic writing and publishing: A practical handbook*. New York: Routledge.

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

Hogue, A. (2008). *First steps in academic writing* (second edition). White Plains: Pearson Education.

Huisman, B., Saab, N., Van Driel, J., & Van Den Broek, P. (2018). Peer feedback on academic writing: undergraduate students' peer feedback role, peer feedback perceptions and essay performance. *Assessment & Evaluation in Higher Education*, 43(6), 955-968.

Knight, S., Shibani, A., Abel, S., Gibson, A., Ryan, P., Sutton, N., ... & Buckingham Shum, S. (2020). AcaWriter: A learning analytics tool for formative feedback on academic writing. *Journal of Writing Research*, 12(1), 299-344.

McNamara, D. S. (Ed.). (2007). *Reading Comprehension Strategies: Theories, Interventions, and Technologies*. New York: Lawrence Erlbaum.

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

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

Pinker, S. (2014). *The Sense of Style: The Thinking Person's Guide to Writing in the 21st Century*. New York: Penguin.

Savage, A., & Mayer, P. (2006). *Effective academic writing: the short essay*. Oxford: Oxford University Press.

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

Strobl, C., Ailhaud, E., Benetos, K., Devitt, A., Kruse, O., Proske, A., & Rapp, C. (2019). Digital support for academic writing: A review of technologies and pedagogies. *Computers & Education, 131*, 33-48.

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

Taylor, G. (2009). *A Student's Writing Guide: How to Plan and Write Successful Essays*. Cambridge University Press.

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

Turabian, K. L. (2013). *A manual for writers of research papers, theses, and dissertations: Chicago style for students and researchers*. Chicago: University of Chicago Press.

University of Chicago. (2003). *The Chicago Manual of Style*. Chicago: University of Chicago Press.

Wallwork, A. (2013). *English for academic research: writing exercises*. New York: Springer.

Weber-Wulff, D. (2014). *False feathers: A perspective on academic plagiarism*. Springer Science & Business.

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

Zhang, Y. H. (2015). *Against Plagiarism: A Guide for Editors and Authors*. Cham: Springer.

Wali, O., & Madani, A. Q. (2020). The Importance of Paragraph Writing: An Introduction. *organization, 3*(07).

8.2. Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Seminar introductiv. Prezentarea tematicii și a modalității de evaluare. Principii generale în redactarea academică. Surse academice. Strategii de documentare.	Discuție, exerciții seminar.	
2. Realizarea aparatului bibliografic. Stiluri de citare: stilul APA, stilul Academiei Române. Managementul computerizat al bibliografiilor: programul Zotero.	Discuție, exerciții seminar.	
3. Realizarea unei fișe de lectură. Managementul vocilor în textul academic – citarea și parafraza. Frauda intelectuală. Despre plagiat.	Discuție, exerciții seminar.	
4. Structuri argumentative în textul academic. Tipuri de texte academice. Erori frecvente de redactare.	Discuție, exerciții seminar.	
5. Redactarea unei lucrări de cercetare (I). Structură. Temă și titlu. Discutarea literaturii științifice.	Discuție, exerciții seminar.	
6. Redactarea unei lucrări de cercetare (II). Discutarea metodei și a datelor empirice. Argumentare, exemplificare și concluzii.	Discuție, exerciții seminar.	
7. Recapitulare. Discutarea lucrărilor de echipă. Feedback din partea studenților.	Discuție, exerciții seminar.	

**Bibliografie:**

• **Seminarul 1**

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

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

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

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

• **Seminarul 2**

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

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

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

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

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

• **Seminarul 3**

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

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

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

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

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

• **Seminarul 4**

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

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

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

Ghid de exprimare corectă: [http://dexonline.ro/articol/Ghid\\_de\\_exprimare\\_corect%C4%83](http://dexonline.ro/articol/Ghid_de_exprimare_corect%C4%83)

• **Seminarul 5**

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

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

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

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

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

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

• **Seminarul 6**

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

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

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

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

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

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

• **Seminarul 7**

Bibliografia relevantă este cea de la seminarele 5 și 6.

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

- Disciplina este elaborată pe baza unor manuale și materiale academice recunoscute internațional;
- Abilitățile exersate și problemele de onestitate intelectuală discutate se înscriu în preocupările academice actuale din domeniul științelor sociale;

- Abilitățile exersate sunt esențiale pentru activitățile profesionale din domeniile publicității, relațiilor publice și comunicării;
- Cele două cadre didactice au experiență în folosirea instrumentelor și tehnicilor de 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 /Examen	Abilitatea de a aplica cunoștințele acumulate în timpul semestrului.	Realizare, în echipă, a unui proiect la alegere.	Proiect de echipă (4-5 persoane) predat în sesiune: 50%
10.5 Seminar	Abilitatea de a aplica cunoștințele acumulate în cadrul seminarului. Gradul de implicare în activitatea de seminar.	Realizarea unui abstract.	Lucrare individuală: 50%
10.6. Standard minim de performanță			
Cel puțin patru prezențe; nota finală 5.			

Data completării:            Semnătura titularului de curs:  
24.09.2020

Semnătura titularului de seminar:

Data avizării în departament:  
30.09.2020

Semnătura directorului de departament:

\_\_\_\_\_



## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Școala Națională de Studii Politice și Administrative
1.2 Facultatea	Comunicare și Relații Publice
1.3 Departamentul	Comunicare
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii	Studii universitare de licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	Comunicare și Relații Publice

### 2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei		Semiotică. Teorii ale limbajului					
2.2 Titularul activităților de curs		prof.univ.dr. Dumitru Borțun					
2.3 Titularul activităților de seminar		lector univ. dr. Bianca Cheregi					
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	2	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	DD, Opt

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	28
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					20
Tutoriat					
Examinări					9
Alte activități.....					0
3.7 Total ore studiu individual	69				
3.9 Total ore pe semestru	125				
3.10 Numărul de credite	5				

### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

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

### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Nu e cazul.
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	Nu e cazul.

## 6. Competențele specifice acumulate

<p style="text-align: center;"><b>Competențe profesionale</b></p>	<p><b>1. Cunoaștere și înțelegere (cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- cunoașterea principalelor caracteristici și modele de comunicare ale școlii proces și școlii semiotice;</li> <li>- înțelegerea relației dintre cele două tipuri de abordare a comunicării : școala proces și școala semiotică.</li> <li>- cunoașterea principalelor concepții despre natura limbajului: instrumentală, demiurgică și sincretică;</li> <li>- cunoașterea cadrului teoretic a noii paradigme culturale și implicațiile ei asupra teoriei comunicării;</li> <li>- înțelegerea semnificației epistemologice a confruntării abordărilor riguroase și neriguroase a limbajului;</li> </ul> <p><b>2. Explicare și interpretare (explicarea și interpretarea unor idei, proiecte, procese, precum și a conținuturilor teoretice și practice ale disciplinei):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- recunoașterea situațiilor în care se aplică abordarea procesuală și semiotică a comunicării;</li> <li>- explicarea preocupărilor pentru limbaj în cultura contemporană și în teoria comunicării;</li> <li>- cunoașterea și aplicarea diferitelor orientări teoretice (S. Langer, T. Kuhn, E. Morin, J. Habermas, Ferdinand Gonseth, F. Casmir) la probleme legate de comunicare, cultură și ideologie;</li> <li>- capacitatea de a identifica un public-țintă prin intermediul conceptelor „formă de viață”, „orizont de viață”, „paradigmă culturală”, „referențial ideologic”;</li> <li>- capacitatea de a găsi soluții pentru depășirea obstacolelor în comunicare datorate diferențelor culturale.</li> </ul> <p><b>3. Instrumental-aplicativ (proiectarea, conducerea și evaluarea activităților practice specifice: utilizarea unor metode, tehnici și instrumente de investigare și de aplicare):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- capacitatea de a proiecta un produs de PR din perspectiva publicului-țintă (abordare de marketing);</li> <li>- utilizarea în determinarea publicului-țintă a unor criterii mai complexe decât cele socio-demografice învățate la Sociologie și folosite, de regulă, în agențiile de <i>PR &amp; Advertising</i>: structurile logice, lingvistice, psihologice și simbolice (<i>Cultural Loading</i>).</li> <li>- proiectarea și realizarea unor analize ale comunicării publicitare în condiții prestabilite;</li> <li>- realizarea unui produs publicitar și a unei campanii publicitare care presupun sarcini uzuale;</li> <li>- identificarea și utilizarea elementelor specifice de deontologie și de responsabilitate socială.</li> </ul> <p><b>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):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării;</li> <li>- responsabilitatea comunicațională, ca forma nouă de responsabilitate, specifică timpului nostru (într-o lume tot mai globală, mai inter-etnică și mai inter-rasială, a comunica înseamnă a înțelege specificul interlocutorului și a gestiona diferențele);</li> <li>- responsabilitatea profesională din perspectiva propriei competențe (eliminarea atitudinii proprie simțului comun de a da vina pe receptor pentru eșecul propriului act de comunicare);</li> </ul> <p>atitudine deschisă, nedogmatică față de Diferență, care nu mai este percepută ca prilej de ierarhizare (pe axa superior-inferior), ci ca prilej de clasificare („Toți diferiți, toți egali”).</p>
<p style="text-align: center;"><b>Competențe transversale</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitatea de a rezolva în mod realist - cu argumentare atât teoretică, cât și practică - situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora;</li> <li>• Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în procesul de relații publice</li> <li>• Realizarea și promovarea unui produs de relații publice;</li> <li>• Capacitatea de aplicare a tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice;</li> <li>• Capacitatea de autoevaluare a nevoii de formare profesională în scopul inserției și a adaptării la cerințele pieței muncii;</li> <li>• Capacitatea de a depăși egocentrismul și etnocentrismul, ca structuri epistemice și psiho-morale specifice simțului comun, în direcția înțelegerii Celuilalt și a construirii Consensului.</li> </ul>

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cunoașterea celor mai recente evoluții în filosofie și în epistemologie, în cercetarea lingvistică, sociologică și politologică privind fenomenul comunicării.</li> <li>2. Identificarea condițiilor de posibilitate ale comunicării eficiente și eficiente (reale).</li> <li>3. Identificarea cauzelor incompetenței comunicaționale (cauze sociale, culturale, ideologice și intelectuale).</li> <li>4. Inventarierea și analizarea obstacolelor care stau în calea unei comunicări reale (între culturi și religii, grupuri sociale și profesionale, instituții și indivizi, între forțe politice și între ideologii).</li> <li>5. Identificarea căilor de realizare a unei comunicări reale (între culturi și religii, grupuri sociale și profesionale, instituții și indivizi, între forțe politice și între ideologii).</li> </ol>
7.2 Obiectivele specifice	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. cunoașterea principalelor caracteristici și modele de comunicare ale școlii proces și școlii semiotice;</li> <li>2. recunoașterea situațiilor în care se aplică abordarea procesuală și semiotică a comunicării.</li> <li>3. cunoașterea relației dintre cele două tipuri de abordare a comunicării : școala proces și școala semiotică.</li> <li>4. învățarea principalelor concepții despre natura limbajului: instrumentală, demiurgică și sincretică;</li> <li>5. înțelegerea impactului preocupărilor pentru limbaj asupra culturii contemporane și teoriei comunicării;</li> <li>6. cunoașterea cadrului teoretic a noii paradigme culturale și implicațiile ei asupra teoriei comunicării;</li> <li>7. cunoașterea semnificației epistemologice a confruntării abordărilor riguroase și neriguroase a limbajului;</li> <li>8. <i>cunoașterea și aplicarea diferitelor orientări teoretice (S. Langer, T. Kuhn, E. Morin, J. Habermas, Ferdinand Gonseth, F. Casmir) la probleme legate de comunicare, cultură și ideologie.</i></li> </ol>

## 8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
<b>I. INTRODUCERE: CUNOAȘTERE COMUNĂ ȘI CUNOAȘTERE ȘTIINȚIFICĂ; CRITICA SIMȚULUI COMUN</b> 1. Raportul dintre cunoașterea comună și cunoașterea științifică 2. Critica simțului comun	Expunere dialogală, cu participarea masivă a studenților.	Tratarea acestei teme ar trebui să prefățeze cursul de la orice disciplină cu caracter științific.
<b>II. ABORDAREA SEMIOTICĂ A COMUNICĂRII</b> 1. Școala proces 2. Școala semiotică	Expunere dialogală, cu participarea masivă a studenților.	Tema ar trebui tratată la toate programele de studii din domeniul Științele comunicării.
<b>III. COMUNICARE ȘI LIMBAJ</b> 1. Atitudini față de limbaj; concepții despre natura limbajului 2. Cotitura lingvistică	Expunere dialogală, cu participarea masivă a studenților.	Tema se completează foarte bine cu unele teme tratate la <i>Retorică. Teoria argumentării</i> (anul I).

<p>IV. ABORDAREA FILOSOFICĂ A LIMBAJULUI</p> <p>1. Abordări “riguroase” și “neriguroase” în filosofia limbajului</p> <p>2. Semnificația epistemologică a confruntării celor două tipuri de abordare</p>	Expunere dialogală, cu participarea masivă a studenților.	Tema vine firesc în continuarea cursului de <i>Filosofie</i> (anul I).
<p>V. BARIERE ÎN COMUNICAREA INTERCULTURALĂ</p> <p>1. Tehnicile de problematizare și paradigmele culturale</p> <p>2. Imunitatea paradigmelor și revoluțiile paradigmatică</p>	Expunere dialogală, cu participarea masivă a studenților.	Tema se completează foarte bine cu unele teme tratate la <i>Comunicare interculturală</i> (anul II).
<p>VI. CLIVAJE ÎN COMUNICAREA INTERIDEOLOGICĂ</p> <p>1. Formele de viață și interesele de cunoaștere</p> <p>2. Referențialele culturale și ideologice</p>	Expunere dialogală, cu participarea masivă a studenților.	Temă <i>sui generis</i> , fără corespondent în literatura noastră de specialitate, unde nu se abordează comunicarea dintre ideologii.
<p>VII. CONDIȚII DE REALIZARE A COMUNICĂRII INTERCULTURALE ȘI INTERIDEOLOGICE</p> <p>1. Critica relativismului</p> <p>2. A treia cultură și schimbarea referențialelor</p>	Expunere dialogală, cu participarea masivă a studenților.	Temă care oferă viitorilor specialiști soluții pentru o comunicare reală între culturi și între ideologii, <i>in pofida</i> relativismului cultural și chiar <i>în virtutea</i> acestuia.

#### Bibliografie generală

Nr. crt.	Lucrarea	Editura	Anul	Pagini	Competențe
1.	John Fiske, <i>Introducere în științele comunicării</i>	Polirom	2003	15-88	Abordarea semiotică a comunicării
2.	Thomas A. Sebeok, <i>Semnele: o introducere în semiotică</i>	Humanitas	2002	19-88	Funcționarea semnelor
3.	Roman Jakobson, „Lingvistică și poetică”, în vol. <i>Probleme de stilistică</i>	Editura Științifică	1964	83-125	Înțelegerea structurii mesajului
4.	Adrian-Paul Iliescu, <i>Filosofia limbajului și limbajul filosofiei</i>	Editura Științifică și Enciclopedică	1989	118-148	Abordările filosofice ale limbajului
5.	Ludwig Wittgenstein, <i>Tractatus Logico-Philosophicus</i>	Humanitas	1991	34-141	Abordarea „riguroasă”
6.	Ludwig Wittgenstein, <i>Cercetări filosofice</i>	Humanitas	2003	83-405	Abordarea „neriguroasă”
7.	Eugen Coșeriu, <i>Istoria filozofiei limbajului</i>	Humanitas	2011	230-250	Abordarea „riguroasă”
8.	Ralph Linton, <i>Fundamentul cultural al personalității</i>	Editura Științifică	1968	45-91; 152-176	Conceptul de „model cultural”
9.	Dumitru Borțun, “Socialization through Values: Goal Values and Performance Values”, in Runcan, P.L., Rață, G. (edit.), <i>Applied Social Psychology</i> .	Cambridge Scholars Publishing	2013	9-18	Funcționarea valorilor într-o cultură
10.	Thomas Kuhn, <i>Structura revoluțiilor științifice</i>	Editura Științifică și Enciclopedică	1976	53-65; 137-155	Conceptul de „paradigmă”
11.	Vasile Tonoiu, <i>În căutarea unei paradigme a complexității</i>	Editura IRI	1997	11-24 25-47	Conceptul de „paradigmă”
12.	Mircea Flonta, <i>Perspectivă filosofică și rațiune științifică</i>	Editura Științifică și Enciclopedică	1985	36-62	Critica scientismului

13.	Jürgen Habermas, <i>Cunoaștere și comunicare</i>	Editura Politică	1983	121-143	Conceptul de „formă de viață”
14.	Vasile Tonoiu, <i>Dialectică și relativism. Ideea de referențial</i>	Editura Științifică și Enciclopedică	1978	30-44	Conceptul de „referențial”
15.	Dumitru Borțun, „Referențial perceptiv et referențial ideologic. Le langage comme indicateur du changement de referențial ideologic; des cas dans la Roumanie post communiste”, în vol. <i>Individual and specific signs. Paradigms of identity in managing social representations.</i>	Alma Mater	2008	37-47	Conceptul de „referențial”
16.	Dumitru Borțun, Bianca Cheregi, „Ideological meaning in the 2017 Romanian Protests. Discourses and Counter-Discourses”, in Ana Adi and Darren Lilleker (edit.), <i>Romania's 2017 anti-corruption protests: causes, development and implications</i> , <a href="http://www.romanianprotests.info">www.romanianprotests.info</a> , last updated on July 20, 2017.	Berlin, Quadriga University of Applied Sciences	2017		Conceptul de „referențial”
17.	Mircea Flonta, <i>Cognitio</i>	All	1994	133-198	Sursele relativismului
18.	Angela Botez, <i>Concepte integrative: antice, moderne, postmoderne</i>	Semne	1998	89-133	Sursele relativismului
19.	Richard Rorty, <i>Obiectivitate, relativism și adevăr</i>	Univers	2000	186-214	Legitimarea relativismului
20.	Raymond Boudon, "Cunoașterea", în <i>Tratat de sociologie</i> (coord. R. Boudon)	Humanitas	1997	555-600	Critica relativismului
21.	Andrei Cornea, <i>Turnirul Khazar. Împotriva relativismului contemporan</i>	Nemira	1997	161-167	Critica relativismului
22.	Jürgen Habermas, <i>Conștiință morală și acțiune comunicativă</i>	ALL Educational	2000	112-182	Depășirea relativismului
23.	Andrei Marga, <i>Filosofia integrării europene</i> , ed. a II-a	Biblioteca Apostrof	1997	91-125	Depășirea relativismului
24.	Vasile Tonoiu, <i>Omul dialogal. Un concept răspântie</i>	Editura Fundației Culturale Române	1995	202-257 294-355	O alternativă filosofică la relativism
25.	Fred Casmir, Nobleza Asuncion-Lande, „Intercultural Communication Revisited: Conceptualization, Paradigm Building and Methodological Approaches”	<i>Communication YearBook</i> , N° 12, University of Kansas	1990	278-309	„A treia cultură” ca soluție pentru comunicarea interculturală
26.	Dumitru Borțun, “Intercultural Communication and Acculturative Stress”, in Iulian Boldea (Editor), <i>Globalization and Intercultural Dialogue. Multidisciplinary Perspectives</i>	Arhipelag XXI	2014	72-83	Conceptul „a treia cultură”
27.	Daniela Roventă-Frumușani, <i>Semiotică, societate, cultură</i>	Institutul European	1999	181-220	Aplicații în comunicarea interculturală
28.	Murray Edelman, <i>Politica și utilizarea simbolurilor</i>	Polirom	1999	111-125	Aplicații în viața politică
29.	Jean-Jaques Boutaud, <i>Comunicare, semiotică și semne publicitare. Teorii, metode și aplicații</i>	Tritonic	2005	45-94; 111-132	Aplicații în publicitate
30.	John Fiske, John Hartley, <i>Semnele televiziunii</i>	Institutul European	2002	39-69; 86-193	Aplicații în televiziune

31.	Umberto Eco, <i>Opera deschisă</i> , ed. a II-a	Paralela 45	2002	157-206	Aplicații în artele vizuale
32.	Corrado Maltese, <i>Mesaj și obiect artistic</i>	Meridiane	1976	107-134	Aplicații în artele vizuale
33.	Pascal Benteoiu, <i>Imagine și sens</i>	Editura Muzicală	1973	11-118	Aplicații în istoria muzicii
34.	Lorenz Dittmann, <i>Stil, simbol, structură. Despre categorii de istoria artei</i>	Meridiane	1988	121-199	Aplicații în istoria artei
35.	Roland Barthes, „Gradul zero al scriiturii”, în <i>Gradul zero al scriiturii. Noi eseuri critice</i>	Cartier	2006	7-71	Aplicații în literatură
36.	Ion Stavre, <i>Comunicare audiovizuală</i>	Tritonic	2011	241-259	Aplicații film documentar
37.	Carmen Diaconescu, <i>Idei și mentalități în Europa modernă</i>	Ars Docendi	2009	47-65	Aplicații în istoria religiei
38.	Grigore Georgiu, <i>Comunicare interculturală</i>	Comunicare.ro	2010	195-228	Aplicații în branding
39.	Dumitru Borțun, „Communicational Responsibility in the Context of Globalization”, în <i>Lexic comun / Lexic specializat</i> .	Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați	2013	307-315	Aplicații în globalizare

8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Școala proces: George Gerbner și Roman Jakobson. Aplicații ale modelului Gerbner la situații concrete de comunicare și a modelului Jakobson în analiza imaginii publicitare.	Dezbateri pe baza prezentării lucrărilor recomandate, făcută de studenții care s-au anunțat din timp.	Un exercițiu prețios pentru cei care învață să creeze mesaje de PR și/sau Advertising.
2. Școala semiotică. Modele de comunicare – Ferdinand de Saussure și Charles Peirce. Aplicarea modelului Peirce la analiza comunicării sociale în epoca „post-adevăr”..	Dezbateri pe baza prezentării lucrărilor recomandate, făcută de studenții care s-au anunțat din timp.	Un exercițiu prețios pentru cei care învață să creeze mesaje de PR și/sau Advertising.
3. Ludwig Wittgenstein – teoria jocurilor de limbaj. Aplicații.	Dezbateri pe baza prezentării lucrărilor recomandate, făcută de studenții care s-au anunțat din timp.	Ideea dependenței cunoașterii și comunicării de jocurile de limbaj oferă altă viziune despre natura limbajului/comunicării.
4. Thomas Kuhn – conceptul de „paradigmă” și implicațiile sale la nivelul comunicării interculturale. Studiu de text.	Dezbateri pe baza prezentării lucrărilor recomandate, făcută de studenții anunțați.	Teoria lui Kuhn a inspirat conceptul de „paradigmă culturală”, esențial pentru gestionarea Diferenței.
5. Conceptul de „model cultural”. Definiții ale conceptului de „cultură”. Societate și cultură; relația dintre cultură și personalitate. Aplicații: globalizarea și dialogul dintre culturi; culturile organizaționale.	Dezbateri pe baza prezentării lucrărilor recomandate, făcută de studenții care s-au anunțat din timp.	Conceptul de „model cultural” surprinde zona irațională din subiect, o zonă care este obiectivă și, totodată, subiectivă.
6. Jürgen Habermas - forme de viață și interese de cunoaștere, consecințe la nivelul comunicării interideologice. Studiu de text.	Dezbateri pe baza prezentării lucrărilor recomandate, făcută de studenții care s-au anunțat din timp.	Tema oferă un instrument prețios pentru înțelegerea și gestionarea diferențelor culturale: conceptul „interese de cunoaștere”.
7. Fred Casmir – depășirea barierelor de comunicare între culturi, o problemă practică; conceptul de a treia cultură. Studiu de text.	Dezbateri pe baza prezentării lucrărilor recomandate, făcută de studenții care s-au anunțat din timp.	Tema oferă soluții pentru o comunicare reală între culturi <i>in pofida</i> și chiar <i>în virtutea</i> relativismului cultural.

## Bibliografie pentru seminar/laborator

### Tema 1

- John Fiske – *Introducere în științele comunicării*, Ed. Polirom, Iași, 2003.  
Melvin L. DeFleur, Sandra Ball-Rokeach – *Teorii ale comunicării de masă*, Polirom, 1998.  
Roman Jakobson – *Essais de linguistique generale*, Paris, Editions de Minuit, 1963.  
Roman Jakobson – „Lingvistică și poetică”, în vol. *Probleme de stilistică*, Ed. Științifică, București, 1964, pp. 83-125.

### Tema 2

- John Fiske – *Introducere în științele comunicării*, Ed. Polirom, Iași, 2003.  
Dumitru Borțun – „The Game of Reflection and the Power over People. A Semiotic Approach to Communication”, in Alin Olteanu, Andrew Stables, Dumitru Borțun (eds.), *Meanings & co. The interdisciplinarity of communication, semiotics and multimodality*, Springer International Publishing AG, 2018, pp. 71-86.  
Bianca-Florentina Cheregi – *Nation Branding in Post-Communist Romania. A semiotic approach*, București, Editura Comunicare.ro, 2018.  
Umberto Eco, *Kant și ornitorincul*, ediția a III-a, București, Polirom, 2017, capitolele 2, 5 și 6.

### Tema 3

- Ludwig Wittgenstein – *Tractatus Logico-Philosophicus*, Humanitas, București, 1991.  
Ludwig Wittgenstein – *Philosophical Investigations*, Oxford, 1953.  
Adrian-Paul Iliescu – *Filosofia limbajului și limbajul filosofiei*, Editura Științifică și Enciclopedică, București, 1989.  
Andrei Marga – *Introducere în filosofia contemporană*, Editura Științifică și Enciclopedică, București, 1988.

### Tema 4

- Thomas Kuhn – *Structura revoluțiilor științifice*, Ed. Științifică și Enciclopedică, București, 1976.  
Mircea Flonta, *Cognitio*, Edituram All, București, 1994.  
Dumitru Borțun, Bianca Cheregi, „Ideological meaning in the 2017 Romanian Protests. Discourses and Counter-Discourses” in Ana Adi and Darren Lilleker (edit.), *Romania's 2017 anti-corruption protests: causes, development and implications*, Berlin, Quadriga University of Applied Sciences, pp. 18-23, 2017 - [www.romanianprotests.info](http://www.romanianprotests.info), last updated on July 20, 2017.

### Tema 5

- Ralph Linton – *Fundamentul cultural al personalității*, Editura Științifică, București, 1968.  
Geert Hofstede – *Managementul structurilor multiculturale. Software-ul gândirii*, Editura Economică, București, 1996.  
Samuel P. Huntington – *Ciocnirea civilizațiilor și refacerea ordinii mondiale*, Editura Antet, București, 1997.

### Tema 6

- Jürgen Habermas – *Cunoaștere și comunicare*, Editura Politică, București, 1983.  
Raymond Boudon – *L'ideologie ou l'origine des idées reçues*, Fayard-Le Seuil, Paris, 1992.  
Andrei Cornea, *Turnirul Khazar. Împotriva relativismului contemporan*, Ed. Nemira, București, 1997.  
Andrei Marga – *Introducere în filosofia contemporană*, Ed. Științifică și Enciclopedică, București, 1988.

### Tema 7

- Fred Casmir, Nobleza Asuncion-Lande – „Intercultural Communication Revisited: Conceptualization”, *Paradigm Building and Methodological Approaches*, in *Communication YearBook*, 12/1990, University of Kansas pp. 278-309.  
Ana Tucicov-Bogdan (coord.) – *Familia interetnică în societatea civilă din România (studii psiho-sociologice)*, Fundația Armonia, București, 1998.  
Marshall McLuhan – *Mass-media sau mediul invizibil*, Editura NEMIRA, București, 1997.  
Dumitru Borțun, „The Game of Reflection and the Power over People. A Semiotic Approach to Communication”, in Alin Olteanu, Andrew Stables, Dumitru Borțun (eds.), *Meanings & co. The interdisciplinarity of communication, semiotics and multimodality*, Springer International Publishing AG, 2018, pp. 71.

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

Conținutul cursului și seminarului a fost conceput în urma discuțiilor repetate cu reprezentanți ai Asociației Române de Relații Publice (Președinte – Sandra Pralong, Vicepreședinte – Gabriel Pâslaru, Vicepreședinte - Andreea Năstase), precum și cu membrii comunității academice din SNSPA și din afara acestei instituții (cadre didactice care predau la SNSPA discipline complementare acestora și cadre didactice care predau aceeași disciplină la alte universități).

#### 10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- este percepută unitatea cursului (legăturile logice dintre diferite domenii, capitole, probleme și soluții prezentate în curs); - stăpânirea cunoștințelor teoretice din literatura recomandată sau/și suplimentară, astfel încât le poate aplica fără efort la situațiile de comunicare indicate în subiectul de examen;	Testarea continuă pe parcursul semestrului	25
		Test-grilă – evaluare finală	25
10.5 Seminar/laborator	- gândire autonomă și creativă prin dezvoltările pe care le propune, prin observații critice pe marginea literaturii de specialitate (inclusiv pe marginea cursului), prin sugerarea unor direcții de cercetare.	Activități gen referate/eseuri etc.	25
		Participarea la dezbaterile de la seminar	25

#### 10.6 Standard minim de performanță

Pentru nota 5, studentul trebuie să îndeplinească următoarele cerințe minime:

- să reproducă definiții, criterii de clasificare și clasificări;
- să facă referiri corecte la autorii invocați și la lucrările acestora;
- să poziționeze corect subiectul în contextul situației de cunoaștere la care se referă, precum și în contextul cursului (sa nu confunde domeniile, capitolele, problemele abordate în curs).

Data completării

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

24.09.2020

Data avizării în departament

30.09.2020

Semnătura directorului de departament

.....



**FIȘA DISCIPLINEI**  
**ȘTIINȚE ECONOMICE. MANAGEMENT ȘI MARKETING**

**1. Date despre program**

1.1. Instituția de învățământ superior	Școala Națională de Studii Politice și Administrative
1.2. Facultatea	Facultatea de Comunicare și Relații Publice
1.3. Departamentul	Relații publice
1.4. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5. Ciclul de studii	Licență
1.6. Programul de studii/Calificarea	Comunicare și relații publice

**2. Date despre disciplină**

2.1. Denumirea disciplinei	Științe economice. Management și marketing						
2.2. Titularul activităților de curs	Prof. univ. dr. Florina Pînzaru						
2.3. Titularul activităților de seminar	Lect. univ. dr. Alexandra Vițelar						
2.4. Anul de studiu:	I	2.5. Semestrul	I	2.6. Tipul de evaluare	E	2.7. Regimul disciplinei	DS, Obl

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar/laborator	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5. curs	28	3.6. seminar/laborator	28
<b>Distribuția fondului de timp</b>					<b>Ore</b>
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					25
Tutoriat					
Examinări					4
Alte activități					
3.7. Total ore studiu individual					69
3.8. Total ore din planul de învățământ					56
3.9. Total ore pe semestru					125
3.10. Numărul de credite					5

**4. Precondiții (acolo unde este cazul)**

4.1. de curriculum	
4.2. de competențe	

**5. Condiții (acolo unde este cazul)**

5.1. de desfășurare a cursului	Sală de curs cu videoproiector
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	Sală de seminar/cu videoproiector

## 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>1. Cunoaștere și înțelegere (cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Poate înțelege și defini termenii de „management”, „marketing”, „macroeconomic”, „microeconomic”.</li> <li>• Poate construi diferite tipuri de analize ale fezabilității unei afaceri sau practici de management.</li> <li>• Poate distinge între diferitele concepte de management.</li> <li>• Poate distinge între diferitele concepte de marketing.</li> <li>• Este capabil să redacteze un material de tipul analizei unei afaceri, analizei unei strategii de management, unei strategii de marketing, folosind stilul științific de redactare. Cunoaște înțelesul termenului de „stil științific”.</li> </ul> <p>2. Explicare și interpretare (explicarea și interpretarea unor idei, proiecte, procese, precum și a conținuturilor teoretice și practice ale disciplinei)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Studenții pot lucra în echipă la redactarea unui proiect de tipul planului de afaceri.</li> <li>• Pot formula ipoteze de cercetare și discuta validitatea acestora, în legătură cu tema aleasă.</li> <li>• Studenții sunt capabili să evalueze critic exemplele de practici de management și de marketing prezentate în cadrul seminariilor.</li> <li>• Proiectele de cercetare / propunerile de plan de afaceri redactate în grup sunt evaluate în cadrul seminariilor.</li> </ul> <p>3. Instrumental- aplicative (proiectarea, conducerea și evaluarea activităților practice specifice: utilizarea unor metode, tehnici și instrumente de investigare și de aplicare)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Studenții vor trebui să presteze instrumentele de analiză propuse.</li> <li>• Se vor discuta capacitățile studenților de a conduce cercetarea datelor din surse secundare și primare pentru propunerea de planuri de afaceri.</li> <li>• Se va analiza capacitatea acestora de a lucra în echipă și de a îndeplini sarcini specifice în cadrul proiectului de grup, dar și abilitatea de a opera cu noțiuni noi și de a redacta, în stil științific, materialele prezentate.</li> </ul> <p>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).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Discutarea principiilor deontologice specifice practicii manageriale și de marketing.</li> <li>• Discutarea principiului neutralității valorice versus afirmării deschise a valorilor, în contextul deprinderii studenților de a evita utilizarea stereotipurilor, gândirii duale, afirmațiilor insuficient verificate, în favoarea demonstrației științifice.</li> </ul>
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitatea de analiză și sinteză, capacitatea de interpretare</li> <li>• Capacitatea de a conduce cercetarea datelor din surse secundare și primare pentru propunerea de planuri de afaceri.</li> <li>• Capacitatea de a lucra în echipă și de a îndeplini sarcini specifice în cadrul proiectului de grup.</li> <li>• Abilitatea de a opera cu noțiuni noi și de a redacta, în stil științific, materialele prezentate.</li> <li>• Înțelegerea principiilor deontologice specifice practicii manageriale și de marketing.</li> </ul>

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> <li>Să ofere o viziune globală și relevantă asupra principalelor elemente de economie aplicată afacerilor, de management și marketing al firmelor din perspectivă actuală.</li> </ul>
7.2. Obiective specifice	<p>La sfârșitul cursului, studentul trebuie să fie capabil să:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>distingă între diferitele concepte de management</li> <li>distingă între diferitele concepte de marketing</li> <li>înțeleagă termenii și conceptele cheie specifice domeniului precum „macroeconomie”, „microeconomie”</li> <li>distingă influențele externe asupra mediului de afaceri</li> <li>înțeleagă organizarea firmelor și procesele de decizie managerială și delegare</li> <li>înțeleagă comportamentul consumatorilor și crearea ofertelor potrivite pentru aceștia</li> <li>identifice principalele forțe ce alcătuiesc mediul de marketing care pot afecta planul de marketing al firmei</li> <li>utilizeze instrumentele specifice analizei unei strategii de management și marketing.</li> <li>redacteze un material de tipul analizei unei afaceri, analizei unei strategii de management, unei strategii de marketing, folosind stilul științific de redactare</li> </ul>

## 8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Observații
1. Noțiuni fundamentale de economie. Piața. Concurența	Prelegere, discuții	Videoproiector
2. Elemente fundamentale de macroeconomie și de microeconomie	Prelegere, discuții	Videoproiector
3. Firma. Organizarea, funcțiunile de business și mediul ambiant	Prelegere, discuții	Videoproiector
4. Funcțiile managementului	Prelegere, discuții	Videoproiector
5. Strategia managerială. Planul de afaceri	Prelegere, discuții	Videoproiector
6. Comportamentul consumatorilor	Prelegere, discuții	Videoproiector
7. Cercetări de marketing	Prelegere, discuții	Videoproiector
8. Mixul de marketing: politica de produs. Relația produs - brand	Prelegere, discuții	Videoproiector
9. Mixul de marketing: politica de preț, politica de distribuție și politica de promovare	Prelegere, discuții	Videoproiector
10. Impactul globalizării asupra economiei, companiilor și brandurilor	Prelegere, discuții	Videoproiector
11. Impactul transformării digitale asupra practicilor manageriale	Prelegere, discuții	Videoproiector
12. Impactul transformării digitale asupra practicilor de marketing	Prelegere, discuții	Videoproiector
13. Etică în afaceri	Prelegere, discuții	Videoproiector
14. Branduri, lovemarks, filantropie și eficiență	Prelegere, discuții	Videoproiector
<b>Bibliografie</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Anghel, L. (2013). <i>Economia pe înțelesul tuturor</i>. București: Tritonic.</li> <li>Pînzaru, F. (2009). <i>Manual de marketing. Principii clasice și practici actuale eficiente</i>. București: C.H. Beck, pp. 16-100.</li> <li>Pînzaru, F. (2013). <i>Felicitări, ai fost promovat manager!</i> București: Tritonic, pp. 47-59.</li> <li>Pînzaru, F. (2019). <i>Științe economice. Management și marketing – note de curs</i>. Pune la dispoziție studenților în format electronic</li> </ul>		
8.2. Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Prezentarea materiei, a necesității sale. Analiza SWOT: prezentare și exemplificare.	Discuții, studii de caz	Videoproiector
2. Alegerea unei idei de business în vederea realizării planului de afaceri pentru prezentarea finală. Înțelegerea mediului extern și a mediului intern al firmei și lucru pe ideea de business aleasă	Discuții, studii de caz	Videoproiector
3. Înțelegerea responsabilităților managerilor și lucru pe ideea de	Discuții, studii de caz	Videoproiector

business aleasă.		
4. Strategii de promovare. Înțelegerea comportamentului consumatorului. Dezvoltarea produselor noi. Lucru pe ideea de business aleasă.	Discuții, studii de caz	Videoproiector
5. Prezentare proiecte – Prezentarea planului de business pe ideea aleasă – pe echipe (I)	Discuții, studii de caz	Videoproiector
6. Prezentare proiecte – Prezentarea planului de business pe ideea aleasă – pe echipe (II)	Discuții, studii de caz	Videoproiector
7. Prezentare proiecte – Prezentarea planului de business pe ideea aleasă – pe echipe (III)	Prezentare de proiecte	Videoproiector
<b>Bibliografie:</b> <i>Aceeași ca la curs</i>		

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

<p>Cursul oferă o pregătire teoretică generală (cultură generală) pentru orice practicant din domeniul comunicării.</p> <p>Studentii facultăților de relații publice se orientează profesional către trei mari direcții: PR-iști pentru organizații (inclusiv aici purtătorii de cuvânt, atașatii de presă și orice altă formă de comunicatori instituționali pentru diverse organizații), comunicatori pe parte comercială în cadrul departamentelor de marketing și, respectiv, specialiști în cadrul agențiilor de relații publice și / sau publicitate. În toate cazurile, ei au nevoie de un minim de cunoștințe economice. Acest curs prezintă principalele elemente de economie aplicată afacerilor, din managementul și marketingul firmelor, pentru a putea oferi un bagaj practic de cunoștințe comunicatorilor, indiferent de zona profesională în care vor activa. Cursul este însoțit de exemplificări ilustrative din literatura de specialitate. Astfel, pe parcursul a 14 teme, sunt dezvoltate elementele fundamentale de economie, la un nivel de tip „fundamente” aplicate domeniului afacerilor, conform necesităților viitorilor comunicatori.</p>
---

### 10. Evaluare

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
Curs /Examen	Examen grilă	Gradul de răspuns corect la întrebările teoretice și aplicative puse în scris, pe baza bibliografiei de curs	50%
Seminar	Proiect Pentru proiectul de seminar (Planul de afaceri) se va lucra în echipe de 5 studenți. Proiectul se prezintă online la seminar, conform planificării, folosind Power Point/Prezi/altă variantă (minim 15 slide-uri).	Gradul de aplicare corectă a teoriei în proiectul aplicativ; respectarea criteriilor academice de redactare; modalitatea de prezentare.	50%
<p><b>10.4. Standard minim de performanță: nota 5</b></p> <p>1. Îndeplinirea condițiilor de participare: minim 50% prezență. Absențele se pot recupera pe parcursul semestrului, în cadrul altor grupe. O singură absență se echivalează cu un studiu de caz/proiect care să demonstreze asimilarea cunoștințelor de bază.</p> <p>2. Minim nota 5 la proiectul de echipă : înțelegerea conceptelor fundamentale utilizate. Capacitatea de a reproduce și de a explica conceptele fundamentale de macroeconomie, microeconomie, management și</p>			

marketing învățate.

3. Minim nota 5 la examenul final: dovedirea înțelegerii conceptelor fundamentale prezentate în cadrul cursului.

**Data completării:**

24.09.2020

**Semnătura titularului de curs**

Prof. univ. dr. Florina Pînzaru

**Semnătura titularului de seminar**

Lector univ. dr. Alexandra Vițelar

Data avizării în catedră:

30.09.2020

Semnătura directorului de departament:

## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Școala Națională de Studii Politice și Administrative
1.2 Facultatea	Facultatea de Comunicare și Relații Publice
1.3 Departamentul	Relații Publice
1.4 Domeniul de studii	Științe ale Comunicării
1.5 Ciclul de studii	Studii universitare de licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	Comunicare și Relații Publice

### 2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	<b>Strategii și tehnici de Relații Publice</b>						
2.2 Titularul activităților de curs	C.d.a. Mircea Dan						
2.3 Titularul activităților de seminar	C.d.a. Mircea Dan						
2.4 Anul de studiu	3	2.5 Semestrul	VI	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	DD, Obl

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	5	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	3
3.4 Total ore din planul de învățământ	70	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	42
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
Examinări					15
Alte activități.....					10
<b>3.7 Total ore studiu individual</b>	105				
<b>3.8 Total ore din planul de învățământ</b>	70				
<b>3.9 Total ore pe semestru</b>	175				
<b>3.10 Numărul de credite</b>	7				

### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nici o disciplină nu este obligatorie</li> </ul>
4.2 de competențe	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cursul este destinat studenților din anul 3 Comunicare și Relații Publice</li> </ul>

### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sala de curs cu videoproiector/online</li> </ul>
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sala de seminar cu videoproiector/online</li> </ul>

## 6. Competențele specifice acumulate

<b>Competențe profesionale</b>	<p><b>1. Cunoaștere și înțelegere</b> (cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei):</p> <p>a) cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice editării și redactării unor materiale utilizate în relații publice, organizării unor activități de relații publice.</p> <p><b>2. Explicare și interpretare</b> (explicarea și interpretarea unor idei, proiecte, procese, precum și a conținuturilor teoretice și practice ale disciplinei):</p> <p>a) explicarea rolului strategiilor de relații publice în diverse situații;</p> <p>b) explicarea rolului campaniilor de relații publice;</p> <p>c) interpretarea oportunității elaborării de documente strategice pentru organizații.</p> <p><b>3. Instrumental-aplicative</b> (proiectarea, conducerea și evaluarea activităților practice specifice: utilizarea unor metode, tehnici și instrumente de investigare și de aplicare):</p> <p>a) realizarea materialelor de relații publice și organizarea activităților și evenimentelor de relații publice;</p> <p>b) realizarea documentelor de pregătire a activităților de relații publice;</p> <p>c) formarea deprinderilor necesare pentru identificarea și buna utilizare a strategiilor și campaniilor de relații publice;</p> <p>d) realizarea și promovarea unui produs de relații publice.</p> <p><b>4. Atitudinale</b> (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):</p> <p>a) promovarea unei atitudini etice în activitatea de relații publice;</p> <p>b) valorificarea optimă și creativă a propriului potențial în activitățile practice;</p> <p>c) angajarea în relații de parteneriat cu persoane și instituții din mass-media care vin în contact cu propria organizație;</p> <p>d) participarea la propria dezvoltare profesională.</p>
<b>Competențe transversale</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rezolvarea în mod realist cu argumentare atât teoretică cât și practică a unor situații profesionale uzuale în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora</li> <li>• proiectarea strategiilor și campaniilor de relații publice</li> <li>• desfășurarea adecvată a activităților de cercetare care să fundamenteze strategia de relații publice</li> <li>• formarea deprinderilor necesare pentru identificarea și buna utilizare a diverselor tehnici de relații publice în cadrul strategiilor</li> <li>• promovarea unei atitudini etice în activitatea de relații publice</li> <li>• valorificarea optimă și creativă a propriului potențial în activitățile practice dezvoltarea de abilități practice de proiectare a unei strategii de relații publice</li> </ul>

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> <li>• dezvoltarea de abilități practice de proiectare a unei strategii de relații publice și a unei campanii de relații publice</li> </ul>
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>• înțelegerea conceptelor de strategie și campanie de relații și publice și a specificităților diferitelor tehnici de utilizat</li> <li>• dezvoltarea de abilități de identificare a tipurilor de strategii sau campanii potrivite pentru diverse situații</li> <li>• antrenarea studenților în proiectarea planului unei strategii de relații publice și a planului unei campanii de relații publice</li> </ul>

## 8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Introducere. Perspective asupra activității de relații publice	prelegere	
2. Aspecte privind conceptul de strategie de de relații publice.	prelegere	
3. Premisele unei strategii de relații publice.	prelegere	
4. Analiza situației pentru strategiile de relații publice.	prelegere	
5. Planul unei strategii de relații publice	prelegere	
6. Crizele și locul lor în cadrul strategiilor.	prelegere	
7. Acțiuni, tactici și tehnici de utilizat în cadrul unei strategii de relații publice	prelegere	
8. Strategii de influențare.	prelegere	
9. Campanii de relații publice	prelegere	
10. Planificarea campaniilor de relații publice	prelegere	
11. Conceptualizarea campaniilor de relații publice	prelegere	
12. Noțiuni și metode de evaluare a strategiilor și campaniilor de relații publice	prelegere	
13. Organizarea de evenimente.	prelegere	
14. Relațiile cu presa.	prelegere	
<p><b>Bibliografie</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bargaoanu Alina. <i>Fake News. Noua cursa a inarmarii</i>. Bucuresti, Editura Evrika, 2018.</li> <li>▪ Bernays, Edward L., <i>Cristalizarea opiniei publice</i>. Bucuresti, Comunicare.ro, 2020</li> <li>▪ Coman, Cristina, <i>Relațiile publice: principii și strategii</i>, Iași, Polirom, 2001</li> <li>▪ David, George, Dan, Mircea, <i>Partea Plina a paharului: O introducere In tehnicile si campanile de relatii publice</i>, Editura Lumen, Iasi, 2015</li> <li>▪ Lamme, Margot Opdycke, LEtang, Jacquie, <i>Pathways to Public Relations: Histories of practice and profession</i>, Editura Burton St. John, Londra, 2015</li> <li>▪ Libaert, Thierry, <i>Planul de comunicare – cum să-ți organizezi și să-ți definești strategia de comunicare</i>, Polirom, Iasi, 2009</li> <li>▪ Oliver, Sandra, <i>Strategii de relații publice</i>, Iasi, Polirom, 2009</li> <li>▪ Petrovici, Amalia, <i>Relatii publice : dimensiuni actionale si practici curente</i> , Editura Tritonic, Bucuresti, 2016</li> <li>▪ Sandu, Antonio, <i>Relatii publice si comunicare pentru administratia publica</i> , Editura Tritonic, 2016</li> <li>▪ SMITH, Ronald D., <i>Strategic Planning for Public Relations</i> 3Rd Ed., New York, London, Taylor &amp; Francis Routledge, 2009, e-book, accesibil on-line la <a href="http://www.gigapedia.com">www.gigapedia.com</a></li> <li>▪ Wilcox, Dennis L., Cameron, Glen T., Ault, Philip H., Agee, Warren K., <i>Relații publice.Strategii și tactici</i>, București, Editura Curtea Veche Publishing, 2009.</li> </ul>		
8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
Prezentarea cerințelor cursului. Perspective asupra activității de relații publice. Paradigme ale RP. Organizațiile ca sisteme. Modele de RP din perspectivă organizațională.	dezbatere	
Locul și rolul strategiilor de relații publice la nivelul documentelor strategice ale organizațiilor. Furnizarea detaliilor pentru elaborarea planului unei strategii de relații publice	dezbatere	
Crizele și locul lor în cadrul strategiilor.Acțiuni, tactici și tehnici de utilizat în cadrul unei strategii de relații publice și analiza situației pentru strategiile de relații publice.	dezbatere	
Campanii de relații publice. Planificarea campaniilor de relații publice. Conceptualizarea campaniilor de relații publice. Furnizare detalii pentru elaborarea unui plan de campanie de relații publice.	dezbatere	



Noțiuni și metode de evaluare a strategiilor și campaniilor de relații publice.	dezbateri	
Organizarea de evenimente. Relațiile cu presa.	dezbateri	
Prezentare planuri de strategie de relații publice și de campanii de relații publice	Prezentarea unor lucrări de echipă ale studenților	
<b>Bibliografie</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bernays, Edward L., <i>Cristalizarea opiniei publice</i>. Bucuresti, Comunicare.ro, 2020</li> <li>▪ David, George, Dan, Mircea, <i>Partea Plina a paharului: O introducere în tehnicile și campaniile de relații publice</i>, Editura Lumen, Iasi, 2015</li> <li>▪ Lamme, Margot Opdycke, LEtang, Jacquie, <i>Pathways to Public Relations: Histories of practice and profession</i>, Editura Burton St. John, Londra, 2015</li> <li>▪ Dan Mircea, managementul influențării sociale în conflictele moderne, editura TopForm, Bucuresti, 2008</li> <li>▪ Boncu, S. – <i>Psihologia influenței sociale</i>, Editura Polirom, 2002</li> <li>▪ PRICOPIE, Remus, <i>Relații Publice: evoluții și perspective</i>, București, Editura Comunicare.ro, 2009.</li> <li>▪ Rus, Flavius Călin, <i>Campanii și strategii de PR</i>, Editura Institutul European, Iași, 2009.</li> <li>▪ CHELCEA, Septimiu, <i>Opinia publică. Strategii de persuasiune și manipulare</i>, București, Editura Economică, 2006.</li> </ul>		

**9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori 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 capacitățile necesare pentru a putea desfășura activitățile necesare pentru elaborarea unei strategii de comunicare și a unei campanii la nivelul unei organizații

**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	Examen final cu itemi deschiși și închiși	80%
10.5 Seminar/laborator	Predarea temelor și referatelor	Evaluare pe parcurs prin prezentarea de referate	20%
<b>10.6 Standard minim de performanță</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Obținerea unui scor de minim de 4 puncte (din 8 posibile) la examenul final.</li> <li>• Obținerea unui scor de minimum 1 punct (din 2 posibile) la lucrările realizate în timpul semestrului.</li> </ul>			

Data completării

24.09.2020

Semnătura titularului de curs

.....

Semnătura titularului de seminar

.....

Data avizării în departament

30.09.2020

Semnătura directorului de departament

.....

## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Școala Națională de Studii Politice și Administrative
1.2. Facultatea	Facultatea de Comunicare și Relații Publice
1.3. Departamentul	Comunicare
1.4. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5. Ciclul de studii	Licență
1.6. Programul de studii/Calificarea	Comunicare și relații publice

### 2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Tehnica discursului public (Public speaking)						
2.2. Titularul activităților de curs	Cda. drd. Marius Constantin Romașcanu						
2.3. Titularul activităților de seminar	Cda. drd. Marius Constantin Romașcanu						
2.4. Anul de studiu:	I	2.5. Semestrul	II	2.6. Tipul de evaluare	V	2.7. Regimul disciplinei	DS, Obl.

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2. curs	1	3.3. seminar/laborator	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5. curs	14	3.6. seminar/laborator	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					10
Pregătire seminare/laboratoare, teme referate, portofolii și eseuri					23
Tutoriat					
Examinări					25
Alte activități					
3.7. Total ore studiu individual					83
3.8. Total ore din planul de învățământ					42
3.9. Total ore pe semestru					125
3.10. Numărul de credite					5

### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	-
4.2. de competențe	-

## 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Sală de curs cu videoproiector & sistem audio
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	Sală de seminar cu videoproiector & sistem audio

## 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ol style="list-style-type: none"><li>a. Cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei studiate</li><li>b. Înțelegerea principiilor și proceselor unei comunicări eficiente în contexte publice</li><li>c. Dezvoltarea abilităților de comunicare interpersonală și în cadrul grupurilor</li><li>d. Facilitarea dezvoltării și exersarea deprinderilor de ascultare</li><li>e. Cunoașterea unor tehnici psihologice de reducere a tracului de a vorbi în public și de implicare a audienței</li><li>f. Adoptarea unei atitudini profesioniste în gestionarea activităților de public speaking</li><li>g. Valorificarea optimă și creativă a propriul potențial în activitățile științifice</li><li>h. Manifestarea unei atitudini pozitive și responsabile față de domeniul științific</li><li>i. Promovarea unui sistem de valori culturale morale și civice, centrat pe valori și relații democratice</li><li>j. Implicarea în dezvoltarea instituțională și în promovarea inovațiilor științifice/angajarea în relații de parteneriat cu alte persoane sau instituții cu responsabilități similare</li><li>k. Participarea la propria dezvoltare profesională continuă</li><li>l. Promovarea unui grad ridicat de deschidere și acceptare față de schimbările tehnologice și diferențele (particularitățile) culturale specifice contextului multicultural actual</li></ol>
Competențe transversale	<p>CT 1 - Aspectele teoretice și studiile de caz discutate în cadrul cursului contribuie la rezolvarea în mod realist (atât la nivel teoretic, cât și la nivel practic) a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora.</p> <p>CT 2 - Este susținută autoevaluarea nevoii de formare profesională a studenților cu scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii,</p> <p>CT 3 - Studenții sunt pregătiți pentru selectarea și aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipe multidisciplinare, pe paliere ierarhice, cu scopul îndeplinirii cu succes a diferitelor sarcini.</p>

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Obiectivul general al cursului este deprinderea abilităților de a construi și susține discursuri publice (la un nivel intermediar de performanță), precum și de a evalua critic o problemă dezbătută, într-o manieră care să indice toleranță și respect față de pozițiile exprimate de oponenți.
--	---

7.2. Obiective specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Să cunoască și să construiască eficient structura de bază a unui argument și a unui discurs</li> <li>• Să distingă între caracteristicile a trei tipuri de discursuri: improvizat (impromptu), de informare și de persuadare și să cunoască pașii necesari pentru redactarea fiecărui tip de discurs</li> <li>• Să diferențieze între principalele figuri retorice (de gândire sau de stil) și să cunoască tehnici psihologice de persuasiune</li> <li>• Să cunoască tehnici care să conducă la diminuarea tracului de a vorbi în public, respectiv la intensificarea interacțiunii / implicării publicului</li> <li>• Să analizeze (evalueze) discursuri într-un sistem supervizat colegial (peer-review) pentru a înțelege ingredientele unui discurs bun / ale unei dezbateri eficiente, în vederea îmbunătățirii acestor abilități de prezentare</li> <li>• Să exerseze / să-și dezvolte abilitatea de a prezenta persuasiv un punct de vedere, prin susținerea de discursuri și / sau participarea la dezbateri publice</li> </ul>
--------------------------	--

## 8. Conținuturi

8.1. Curs		Metode de predare	Observații
1	Ce (nu) este discursul public? Mituri și imaginarii ale discursului public; pentru o perspectivă instrumentală în înțelegerea discursului public	Predare interactivă și dezbateri (prelegere, demonstrație, studii de caz, exercițiu)	
2	Interacțiunea imagine-text în prezentările cu suport vizual	Predare interactivă și dezbateri (prelegere, demonstrație, studii de caz)	
3	Discursul public și viața organizațională (I) - Profilul speaker-ului autentic; Rolul limbajului non-verbal, al simbolurilor și al figurilor retorice	Predare interactivă și dezbateri (prelegere, demonstrație, studii de caz, exercițiu)	
4	Retorica clasică și modurile persuasiunii; Tipuri de discursuri: improvizat, informativ și persuasiv	Predare interactivă și dezbateri (prelegere, demonstrație, studii de caz, exercițiu)	
5	Discursul public și viața organizațională (II) - Gestionarea emoțiilor; Tehnici psihologice de reducere a tracului de a vorbi în public și de implicare a audienței	Predare interactivă și dezbateri (prelegere, demonstrație, studii de caz, exercițiu)	
6	Situția retorică - un cadru teoretic pentru gestionarea situațiilor de discurs public	Predare interactivă și dezbateri (prelegere, demonstrație, studii de caz, exercițiu)	
7	Discursul public și viața organizațională (III) - Depășirea situațiilor tensionate ivite pe parcursul prezentării; Tipuri de structuri pentru prezentări	Predare interactivă și dezbateri (prelegere, demonstrație, studii de caz, exercițiu)	

## Bibliografie

- Bitzer, L. F. (1999). The rhetorical situation in (eds.) Lucaites, Condit, Caudill: *Contemporary Rhetorical Theory: a Reader*, New York, London: Guilford Press; (publicat original în *Philosophy and Rhetoric*, 1 (1968): 1-18
- Bitzer, L. F. (1980). Functional communication: A situational perspective. *Rhetoric in transition: Studies in the nature and uses of rhetoric*, 21-38
- Black, E. (1999). The Second Persona in (eds.) Lucaites, Condit, Caudill: *Contemporary Rhetorical Theory: a Reader*, New York, London: Guilford Press
- Coopman, S. J., Lul j. (2012). *Public Speaking: The evolving art*. Boston: Wadsworth Cengage Learning
- Hatton, A. (2008). *Prezentarea în business. Cum să-ți reprezinți cu succes compania și oferta*. București: Editura All
- Hennessey, A. (2019). *Your Guide to Public Speaking: Build Your Confidence, Find Your Voice, and Inspire Your Audience*. Adams Media
- Lucas, S., Stob, P. (2019). *The art of public speaking. Thirteenth edition*. New York, NY: McGraw-Hill Education
- Perelman, C., Olbrechts-Tyteca, L. (2012). *Tratat de argumentare. Noua retorică*. Iași: Editura Universității Alexandru Ioan Cuza
- Sălăvăstru, C. (2010). *Mic tratat de oratorie*. Iași: Editura Universității Alexandru Ioan Cuza
- Selzer, J. (1992). More Meanings of Audience”in (eds.) White, Nakadate & Cherry: *A Rhetoric of doing: essays on written discourse in honor of James L. Kinneavy*. SIU Press
- Vatz, R. E. (1999). The Myth of the Rhetorical Situation in (eds.) Lucaites, Condit, Caudill: *Contemporary Rhetorical Theory: a Reader*, New York, London: Guilford Press; (publicat original în *Philosophy and Rhetoric*, 6 (1973): 3-21.

8.2. Seminar/laborator		
1	Seminar introductiv	Prezentarea tematicii și a modalității de desfășurare a activităților în cadrul seminarelor. Stabilirea tematicii proiectelor de grup.
2	Realizarea unei prezentări cu suport vizual powerpoint - organizarea informației în suport vizual; ilustrarea ideilor	Prezentarea unor studii de caz și aplicații (lucru în echipă)
3	Discursul în situație: interacțiune în situația retorică - a adresa întrebări, obiecții, observații critice	Analiza unor studii de caz și aplicații
4	Comportament adecvat pentru impact maxim al discursului public – comportament verbal și paraverbal	Dezbateri argumentative între grupuri de studenți și aplicații
5	Comportament adecvat pentru impact maxim al discursului public - comportament non-verbal	Studii de caz și dezbateri argumentative între grupuri de studenți
6	Prezentări de echipă (cu suport vizual), susținute prin contribuția tuturor membrilor echipei.	Participarea activă la activități și evaluarea în sistem colegial a prezentărilor
7	Registre stilistice în discursul public	Predare interactivă, dezbateri argumentative și studii de caz

**Bibliografie:**

- Chelcea, S., Ivan, L., Chelcea A. (2005). *Comunicarea nonverbală: gesturile și postura. Cuvintele nu sunt de-ajuns*. București: Editura comunicare.ro
- O’Hair, D., Rubenstein, H., Stewart, R. (2019). *A Pocket Guide to Public Speaking, 6th Edition*. Macmillian Learning
- Pease, A., Pease, B. (2005). *The definitive book of body language: How to read others thoughts by their gestures*. Buderim: Pease International

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

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

### 10. Evaluare

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
Curs	- gradul de însușire și corectitudinea utilizării cunoștințelor prezentate la curs și seminar	Examen final	30%
Seminar	- capacitatea de analiză și caracterul critic al abordării - capacitatea de sinteză și modul de structurare a informației - creativitatea & calitatea materialului final - relevanța exemplelor prezentate - calitatea prezentării orale a proiectului	Proiect de echipă care presupune prezentarea unei teme la alegere din bibliografia de curs sau seminar (prezentare orală cu suport vizual)	30%
	- gradul și calitatea implicării în discuțiile și activitățile din cadrul seminarului și cursului	Evaluare continuă pe parcursul semestrului	40%
10.6. Standard minim de performanță:			
Prezență de minim 50% la seminar (minim 4 prezențe). Obținerea a minim 5 puncte (din 10) la testul final și participarea la realizarea proiectului de echipă.			

Data completării:

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

24.09.2020

Data avizării în catedră:

Semnătura directorului de departament:

30.09.2020

## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Școala Națională de Studii Politice și Administrative
1.2. Facultatea	Comunicare și Relații Publice
1.3. Departamentul	Relații publice
1.4. Domeniul de studii	Comunicare și Relații Publice
1.5. Ciclul de studii	Studii universitare de licență
1.6. Programul de studii/Calificarea	Comunicare și Relații Publice

### 2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Tehnici de redactare în relațiile publice						
2.2. Titularul activităților de curs	C.d.a. dr. Dan Mircea CDA conf. dr. George David						
2.3. Titularul activităților de seminar	C.d.a. dr. Dan Mircea CDA conf. dr. George David						
2.4. Anul de studiu:	II	2.5. Semestrul	IV	2.6. Tipul de evaluare	V	2.7. Regimul disciplinei	DS, Obl.

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	3	din care: curs	1	3.3. seminar/laborator	1+1
3.4. Total ore din planul de învățământ	42	din care: curs	14	3.6. seminar/laborator	14+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					15
Pregătire seminarii/laboratoare, teme referate, portofolii și eseuri					15
Tutoriat					4
Examinări					
Alte activități....					4
3.7. Total ore studiu individual					58
3.8. Total ore din planul de învățământ					42
3.9. Total ore pe semestru					100
3.10. Numărul de credite					4

### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Nicio disciplină nu este obligatorie
4.2. de competențe	Cursul este destinat studenților din anul II Comunicare și Relații Publice.

### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Sala de curs cu videoprojector sau online
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	Sală de seminar cu videoprojector sau online

### 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<b>1. Cunoaștere și înțelegere</b> (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.
	<b>2. Explicare și interpretare</b> (explicarea și interpretarea unor idei, proiecte, procese,

	<p>precum și a conținuturilor teoretice și practice ale disciplinei):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>explicarea rolului tehnicilor de relații publice în diverse situații;</li> <li>explicarea rolului mass-media în transmiterea mesajelor organizațiilor;</li> <li>interpretarea modalităților practice de comunicare cu diverse publicuri-țintă.</li> </ol>
	<p><b>3. Instrumental-aplicative</b> (proiectarea, conducerea și evaluarea activităților practice specifice: utilizarea unor metode, tehnici și instrumente de investigare și de aplicare):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>realizarea materialelor de relații publice și organizarea activităților și evenimentelor de relații publice;</li> <li>realizarea documentelor de pregătire a activităților de relații publice (algoritmul activității, mesaje-cheie, anticiparea întrebărilor și răspunsurilor posibile);</li> <li>formarea deprinderilor necesare pentru identificarea și buna utilizare a diverselor tehnici de relații publice;</li> <li>realizarea și promovarea unui produs de relații publice.</li> </ol>
	<p><b>4. Atitudinale</b> (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):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>promovarea unei atitudini etice în activitatea de relații publice;</li> <li>valorificarea optimă și creativă a propriului potențial în activitățile practice;</li> <li>angajarea în relații de parteneriat cu persoane și instituții din mass-media care vin în contact cu propria organizație;</li> <li>participarea la propria dezvoltare profesională.</li> </ol>
Competențe transversale	<ol style="list-style-type: none"> <li>Rezolvarea în mod realist - cu argumentare atât teoretică, cât și practică - a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora;</li> <li>aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice.</li> </ol>

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

7.1. Obiectivele generale ale disciplinei	<p><b>Obiective generale ale cursului:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Familiarizarea studenților cu noțiunile și conceptele caracteristice tehnicilor utilizate în activitatea de relații publice a unei organizații;</li> <li>Formarea deprinderilor practice de utilizare a celor mai frecvent utilizate tehnici de relații publice.</li> </ol>
7.2. Obiective specifice	<p><b>Obiective specifice ale cursului:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Cunoașterea contextului comunicațional în care sunt utilizate tehnicile de relații publice;</li> <li>Formarea deprinderilor practice de bază în utilizarea celor mai cunoscute tehnici de relații publice;</li> <li>Formarea deprinderilor practice de bază în asigurarea succesului în relația cu mass-media a unei organizații prin utilizarea tehnicilor de relații publice.</li> </ol>

#### 8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Observații
Introducere. Caracteristicile unui fapt de presă. Știrea de presă. Pliante, broșuri.	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	
Comunicatul de presă. Articolul de presă, scrisoarea către editor.	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	
Conferința de presă. Briefingul de presă, dosarul de presă.	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	
Discursul.	Prezentarea orală a conținutului	



	cursurilor în fața studenților	
Interviul și declarațiile de presă.	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	
Elemente specifice privind aparițiile la radio și televiziune.	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	
Evenimentele de relații publice.	Prezentarea orală a conținutului cursurilor în fața studenților	
<b>Bibliografie curs</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bargaeanu Alina. (2018). <i>Fake News. Noua cursa a inarmarii</i>. Bucuresti, Editura Evrika.</li> <li>2. Bernays, Edward L. (2020). <i>Cristalizarea opiniei publice</i>. Bucuresti: Comunicare.ro</li> <li>3. David, George. (2008). <i>Tehnici de relații publice: comunicarea cu mass-media</i>. Iași: Polirom.</li> <li>4. David, George; Mircea, Dan. (2015). <i>Partea plină a paharului. O introducere în tehnicile și campaniile de relații publice</i>. Iași: Lumen.</li> <li>5. Mircea, Dan. (2009). <i>Tehnici de relații publice</i> (suport de curs).</li> <li>6. Newsom, Doug; Carrell, Bob. (2004). <i>Redactarea materialelor de relații publice</i>. Iași: Polirom.</li> <li>7. Preda, Sorin. (2006). <i>Tehnici de redactare în presa scrisă</i>. Iași: Polirom.</li> <li>8. Schafer-Mehdi, Stephan. (2008). <i>Organizarea evenimentelor</i>. București: Editura ALL.</li> </ol>		
8.2. Seminar/laborator	Metode de predare	
Prezentarea cerințelor cursului. Introducere. Caracteristicile unui fapt de presă. Furnizarea detaliilor pentru scrierea unei știri de presă. Furnizarea detaliilor pentru întocmirea unor pliante/broșuri.	Discuție	
Furnizarea detaliilor pentru scrierea unui comunicat de presă. Articolul de presă, scrisoarea către editor. Predarea știrilor de presă.	Brainstorming	
Furnizarea detaliilor pentru pregătirea unei conferințe de presă. Briefingul de presă, dosarul de presă. Predarea comunicatelor. Lecții învățate de la știri.	Discuție	
Furnizarea detaliilor pentru susținerea unui discurs. Lecții învățate de la comunicate.	Prezentarea unor lucrări de echipă ale studenților	
Interviul și declarațiile de presă. Susținerea de conferințe de presă. Predare dosare de presă.	Prezentarea unor lucrări de echipă ale studenților	
Elemente specifice privind aparițiile la radio și televiziune. Susținerea de discursuri și conferințe de presă. Predare dosare de presă. Predare script discurs. Predarea pliantelor.	Prezentarea unor lucrări de echipă ale studenților	
Organizarea evenimentelor de relații publice. Precizări privind examenul. Susținerea de discursuri și conferințe de presă. Predare dosare de presă. Predare script discurs. Predarea pliantelor.	Discuții sintetice privind principalele concepte ale tehnicilor de RP	

**Bibliografie seminar**

1. \*\*\*. (2007). *Media Guide. Practical Information. Council Guide, VII*. Broșură editată de Consiliul Uniunii Europene.
2. Bivins, Thomas. (1993). *Handbook for Public Relations Writing*. Chicago: NTC Publishing Group.
3. Popescu, Cristian Florin. (2002). *Dicționar explicativ de jurnalism, relații publice și publicitate*. București: Tritonic.
4. Wilcox, Dennis L.; Cameron, Glen T.; Ault, Phillip H.; Agee, Warren K. (2009). *Relații publice: strategii și tactici*. București: Curtea Veche.
5. Wilcox, Dennis L.; Reber, Bryan H. (2014). *Public relations : writing and media techniques*. Harlow: Pearson.
6. Sandu, Gabriela. (2004). *Manual de fotojurnalism*. București: Tritonic.

**Resurse Internet:**

1. Chartered Institute of Public Relations, London, <http://www.ipr.org.uk/>
2. Public Relations Society of America, <http://www.prsa.org>

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

- Disciplina este elaborată pe baza unor manuale și materiale de cercetare din domeniu recunoscute internațional
- Majoritatea tematicilor tratate în cadrul cursului și seminariilor se înscriu în plaja de actualitate a nevoilor și intereselor de studiu și cercetare în domeniu
- Cadrele didactice dețin experiență didactică și de cercetare în domeniul de studiu căruia îi este circumscrisă disciplina *Tehnici de redactare și editare în relații publice*

## 10. Evaluare

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
Curs /Examen	- cunoaștere și înțelegere;	Examen scris cu itemi deschiși și închiși	50%
Seminar	- cunoaștere și înțelegere; - abilitatea de explicare și interpretare; - rezolvarea completă și corectă a cerințelor.	- întocmirea și prezentarea a minimum 2 lucrări din domeniul tehnicilor de RP. - contribuții individuale ale studenților	50%
10.6. Standard minim de performanță:			
Cunoașterea principalelor concepte din instrumentarul teoretic al disciplinei; Abilitatea de a utiliza corect limbajul științific specific domeniului studiat; Minimum nota 5 la seminar; Elaborarea și prezentarea corectă a minimum 2 lucrări din domeniul tehnicilor de RP.			

Data completării:

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

24.09.2020

Data avizării în departament:

Semnătura directorului de departament:

30.09.2020

## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Școala Națională de Studii Politice și Administrative
1.2. Facultatea	Facultatea de Comunicare și Relații Publice
1.3. Departamentul	Comunicare
1.4. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5. Ciclul de studii	Licență
1.6. Programul de studii/Calificarea	Comunicare și relații publice

### 2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Teoria argumentării						
2.2. Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Loredana Radu						
2.3. Titularul activităților de seminar	Conf. univ. dr. Loredana Radu						
2.4. Anul de studiu:	II	2.5. Semestrul	I	2.6. Tipul de evaluare	(V) Sumativă	2.7. Regimul disciplinei	DS, Opt.

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

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	28
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					20
Tutoriat					
Examinări					9
Alte activități .....					
<b>3.7 Total ore studiu individual</b>	<b>69</b>				
<b>3.9 Total ore pe semestru</b>	<b>125</b>				
<b>3.10 Numărul de credite</b>	<b>5</b>				

### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Redactare academică
4.2. de competențe	Cunoașterea limbii engleze

### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Platforma webex + tabletă grafică
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	Platforma webex + tabletă grafică

## 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	1. Cunoaștere și înțelegere
	a. Identificarea divergențelor de opinie în diverse contexte comunicaționale; b. Identificarea punctelor de vedere explicite sau implicite avansate în situații comunicaționale; c. Identificarea argumentelor; d. Cunoașterea tipurilor de structuri argumentative și identificarea lor în diverse contexte; e. Cunoașterea schemelor argumentative și identificarea lor în diverse contexte; f. Cunoașterea și identificarea sofismelor în discursurile argumentative;
	2. Explicare și interpretare:
	a. Analiza argumentării în contexte concrete; b. Reconstucția argumentării în contexte concrete; c. Evaluarea critică a argumentării în contexte concrete;
	3. Instrumental-aplicative
	a. Producerea de texte publicistice argumentative; b. Evaluarea interacțiunilor argumentative în dezbateri concrete și indicarea strategiilor pe care ar trebui să le aibă în vedere participanții pentru a avea câștig de cauză sau pentru a contribui constructiv la rezolvarea diferențelor de opinie;
	4. Atitudinale
	a. Formarea unei atitudini deschise către dialog și a disponibilității angajării în dezbateri; b. Formarea unei atitudini critice și autocritice față de punctele de vedere angajate într-o dezbateri și evaluarea lor după standard rațional;
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Educare atitudinii orientate spre rezolvare rațională a diferențelor de opinie;</li> <li>• Dezvoltarea spiritului analitic;</li> <li>• Dezvoltarea sensibilității pentru lectură critică în profunzime;</li> </ul>

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Dezvoltarea competențelor de comunicare bazate pe raționalitate și spirit critic;
7.2. Obiective specifice	Analiza textelor argumentative; Reconstrucția textelor argumentative; Evaluarea critică a textelor argumentative; Producerea de texte argumentative convingătoare;

## 8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Observații
Cursul 1: Introducere: ce este un argument; recunoașterea unui argument; elementele argumentării;	Prelegere bazată pe exemple și studii de caz;	
Cursul 2: Argumentarea ca practică discursivă: elemente de pragmatică. Modele ideale în reconstrucția argumentării: modelul pragma-dialectic;	Prelegere bazată pe exemple și studii de caz;	
Cursul 3: Reconstrucția argumentării: rolul logicii formale în identificarea premiselor implicite. Rolul pragmaticii în identificarea elementelor implicite;	Prelegere bazată pe exemple și studii de caz;	
Cursul 4: Structura argumentării; schemele argumentative;	Prelegere bazată pe exemple și studii de caz;	
Cursul 5: Sofismele în argumentare;	Prelegere bazată pe exemple și studii de caz;	

Cursul 6: Perspective retorice în argumentare: manevrarea strategică;	Prelegere bazată pe exemple și studii de caz;	
Cursul 7: Perspective retorice în argumentare: intuiții din retorica clasică;	Prelegere bazată pe exemple și studii de caz;	
<b>Bibliografie</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Frans H. van Eemeren, Francisca Snoeck Henkemans (2016): <i>Argumentation: analysis, evaluation, presentation</i>, 2<sup>nd</sup> Edition, New York, London: Routledge. <b>(textbook)</b></li> <li>2. Frans H. van Eemeren, (Ed.). (2003). <i>Crucial concepts in argumentation theory</i>. Amsterdam: Amsterdam University Press. <b>(handbook)</b></li> <li>3. Eemeren, F. H. V. (2018). <i>Argumentation theory: A pragma-dialectical perspective</i>. Springer, Cham.</li> <li>4. Frans Van Eemeren &amp; Rob Grotendorst (2010): <i>Argumentare, comunicare, sofisme: abordarea pragma-dialectică</i>, Galați University Press;</li> <li>5. Frans van Eemeren, (2010): <i>Strategic maneuvering in argumentative discourse: Extending the pragma-dialectical theory of argumentation</i>. Amsterdam &amp; Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.</li> <li>6. Van Eemeren, F. H., Garssen, B., Krabbe, E. C., Henkemans, A. F. S., Verheij, B., &amp; Wagemans, J. H. (2014). <i>Handbook of argumentation theory</i>. Berlin: Springer.</li> <li>7. Christopher Tindale (2015). <i>The Philosophy of Argument and Audience Reception</i>. Cambridge University Press.</li> </ol>		
<b>8.2. Seminar/laborator</b>	<b>Metode de predare</b>	<b>Observații</b>
Seminar 1: Identificare și evaluarea argumentării: perspective naive;	Aplicații - exerciții	
Seminar 2: Identificarea și evaluarea argumentării: dezacorduri, puncte de vedere și argumente;	Aplicații - exerciții	
Seminar 3: Identificarea elementelor implicite în argumentare - aplicații;	Aplicații - exerciții	
Seminar 4: Structuri argumentative - aplicații;	Aplicații - exerciții	
Seminar 5: Scheme argumentative - aplicații;	Aplicații - exerciții	
Seminar 6: Sofismele în articolele de opinie;	Aplicații - exerciții	
Seminar 7: Structuri retorice în discursul publicistic și de relații publice;	Discuție pe studii de caz;	
<b>Bibliografie:</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Frans H. van Eemeren, A. Francisca Snoeck Henkemans (2016): <i>Argumentation: analysis, evaluation, presentation</i>, 2<sup>nd</sup> Edition, New York, London: Routledge.</li> <li>2. Frans H. van Eemeren, (Ed.). (2003). <i>Crucial concepts in argumentation theory</i>. Amsterdam: Amsterdam University Press.</li> <li>3. Frans Van Eemeren &amp; Rob Grotendorst (2010): <i>Argumentare, comunicare, sofisme: abordarea pragma-dialectică</i>, Galați University Press;</li> <li>4. Frans van EEMEREN &amp; Peter HOUTLOSSER (2001): "Rhetorical Analysis within a Pragma-Dialectical Framework: the Case of R. J. Reynolds" <i>Argumentation</i>, 14, pp. 293 – 305.</li> <li>5. Eugene GARVER (2001): "Comments on "Rhetorical Analysis within a Pragma-</li> </ol>		

Dialectical Framework: the Case of R. J. Reynolds”, *Argumentation*, 14, pp. 307 – 314.

6. Frans van EEMEREN & Peter HOUTLOSSER (2002): “Strategic maneuvering: maintaining a delicate balance” în (eds.) Frans van EEMEREN & Peter HOUTLOSSER: *Dialectic and rhetoric: the warp and woof of argumentation analysis*. Dordrecht: Kluwer Academic, pp. 131–159.

7. Christopher Tindale (2007): *Fallacies and argument appraisal*. Cambridge University Press;

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

Prin competențele vizate, cursul vine în întâmpinarea nevoilor de specialiști în comunicare capabili să producă și să evalueze critic texte argumentative, fie în zona media, fie în activitățile de PR sau publicitate;

**10. Evaluare**

Studentii vor alege oricare două din cele trei modalități de evaluare propuse:

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
Curs /Examen	Cunoștințe acumulate pe parcursul semestrului.	Test final	50%
Seminar	Gradul de implicare în activitatea de seminar.	Notare prezență, notare contribuții, testări intermediare	50%
	Abilitatea de a aplica cunoștințele acumulate în cadrul cursurilor.	Realizare, în echipă, a unor proiecte de analiză a discursului publicistic sau de relații publice pe o tematică impusă.	50%

**10.4 Standard minim de performanță:**

- Prezența la patru seminarii;
- Obținerea notei 5 la examenul scris – răspunsul corect la 14 itemi din 30;
- Realizarea unui referat evaluat cu minim 5 (respectarea structurii impuse, aplicarea cel puțin aproximativă a cadrului teoretic minimal, respectarea standardelor academice de redactare);

Data completării:  
24.09.2020

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

Data avizării în departament:  
30.09.2020

Semnătura directorului de departament:



## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Școala Națională de Studii Politice și Administrative
1.2. Facultatea	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	<b>Teoria comunicării</b>						
2.2. Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Denisa-Adriana Oprea						
2.3. Titularul activităților de seminar	Lector univ. dr. Georgiana Udrea						
2.4. Anul de studiu:	1	2.5. Semestrul	1	2.6. Tipul de evaluare	E	2.7. Regimul disciplinei	DF, Obl

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar/laborator	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5. curs	28	3.6. seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					17
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					25
Pregătire seminarii/laboratoare, teme referate, portofolii și eseuri					25
Tutoriat					-
Examinări					2
Alte activități....					-
3.7. Total ore studiu individual					69
3.8. Total ore pe semestru					125
3.9. Numărul de credite					5

### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	-
4.2. de competențe	-

### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Sala de curs cu videoproiector
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	Sală de seminar/cu videoproiector

### 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>1. Cunoaștere și înțelegere (<i>cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice disciplinei</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Cunoaște și înțelege principalele tipuri de comunicare: interpersonală, de grup și publică, de masă, interculturală</li><li>• Cunoaște și înțelege principalele modele de comunicare: comunicarea ca acțiune, comunicarea ca interacțiune și comunicarea ca tranzacție</li><li>• Înțelege (și operează cu) conceptul de teorie și distincția majoră teorii obiective/teorii interpretative</li></ul>
-------------------------	--



	<ul style="list-style-type: none"><li>• Cunoaște și înțelege principalele direcții în teoria comunicării (socio-psihologică, socio-culturală, semiotică, matematică, retorică, fenomenologică, critică)</li><li>• Cunoaște și înțelege teoriile reprezentative asociate direcțiilor enumerate mai sus</li><li>• Înțelege (și operează cu) metode fundamentale de cercetare în științele comunicării</li><li>• Folosește în mod critic cunoștințele însușite</li></ul>
	<p>2. Explicare și interpretare (<i>explicarea și interpretarea unor idei, proiecte, procese, precum și a conținuturilor teoretice și practice ale disciplinei</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Interpretează procesele de comunicare interpersonală, de grup și publică, de masă și interculturală folosind instrumentele teoretice specifice și metodele și tehnicile de cercetare din domeniul teoriei comunicării</li><li>• Identifică principalele disfuncții în derularea unor procese de comunicare</li><li>• Ilustrează prin situații concrete de comunicare teoriile studiate</li></ul>
	<p>3. Instrumental- aplicative (proiectarea, conducerea și evaluarea activităților practice specifice: utilizarea unor metode, tehnici și instrumente de investigare și de aplicare)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Evaluează critic situațiile problematice apărute în situațiile de comunicare și propune soluții pe baza cunoștințelor acumulate la curs</li><li>• Operaționalizează conceptele asociate fiecărei teorii abordate, în vederea construcției unor modele de interpretare</li><li>• Aplică metode de cercetare specifice științelor comunicării</li><li>• Prezintă informații, puncte de vedere, concepte și proiecte în raport cu specificul audienței relevante, în situații de comunicare directă sau mediată</li></ul>
	<p>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).</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Însușirea codului deontologic al cercetării teoretice</li><li>• Însușirea neutralității specifice cercetătorului în proiectarea, derularea și implementarea unui proiect de cercetare</li><li>• Insuflarea respectului față de valorile sociale</li></ul>
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"><li>• Exercițarea sarcinilor conform principiilor deontologice specifice acțiunilor de comunicare</li><li>• Utilizarea competențelor comunicaționale în dezvoltarea personală</li><li>• Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice</li><li>• Capacitatea de a asculta activ, a se angaja în dialog și de a negocia interese în orice situație de diferend de opinie</li></ul>

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"><li>• formarea aparatului conceptual specific domeniului comunicării</li><li>• cunoașterea principalelor direcții teoretice în studiul comunicării și a teoriilor care le ilustrează</li></ul>
7.2. Obiective specifice	<ul style="list-style-type: none"><li>• capacitatea de a identifica fenomene și procese cu caracter comunicațional în cadrul conceptual specific științelor sociale și umane</li><li>• utilizarea unor instrumente de analiză și interpretare specifice științelor comunicării pentru caracterizarea teoretică generală și aplicată a unei probleme</li><li>• explicarea unor fenomene, procese, evenimente cu caracter comunicațional prin intermediul modelelor de analiză și interpretare propuse</li><li>• interpretarea unor diferite puncte de vedere, precum și a rezultatelor unei analize sau cercetări în domeniu, din perspectiva teoretică a științelor comunicării</li><li>• realizarea unor conexiuni între cunoștințele, deprinderile și abilitățile dobândite prin</li></ul>





studiul comunicării și aplicarea acestora în soluționarea și evaluarea unor situații problemă

## 8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Observații
1. Definiții ale comunicării. Tipuri și modele de comunicării	Prezentare, dialog	
2. Direcții în teoria comunicării	prelegere plecând de la tematica propusă pentru curs; materiale didactice: prezentare power point – dialog cu studenții pe problematica teoretică a cursului	
3. Comunicarea interpersonală: interacționismul simbolic	prelegere plecând de la tematica propusă pentru curs; materiale didactice: prezentare power point – dialog cu studenții pe problematica teoretică a cursului	
4. Comunicarea interpersonală: perspective interacțională; teoria reducerii incertitudinii	prelegere plecând de la tematica propusă pentru curs; materiale didactice: prezentare power point – dialog cu studenții pe problematica teoretică a cursului	
5. Comunicarea interpersonală: gestionarea coordonată a înțelesului	prelegere plecând de la tematica propusă pentru curs; materiale didactice: prezentare power point – dialog cu studenții pe problematica teoretică a cursului	
6. Comunicarea interpersonală: dialectica relațională		
7. Comunicarea publică și de grup: dramatismul	prelegere plecând de la tematica propusă pentru curs; materiale didactice: prezentare power point – dialog cu studenții pe problematica teoretică a cursului	
8. Comunicarea publică și de grup: teoria critică a comunicării în organizații	prelegere plecând de la tematica propusă pentru curs; materiale didactice: prezentare power point – dialog cu studenții pe problematica teoretică a cursului	
9. Comunicarea de masă: determinismul tehnologic	prelegere plecând de la tematica propusă pentru curs; materiale didactice: prezentare power point – dialog cu studenții pe problematica teoretică a cursului	
10. Comunicarea de masă: semiotica (R. Barthes)	prelegere plecând de la tematica propusă pentru curs; materiale didactice: prezentare power point – dialog cu studenții pe problematica teoretică a cursului	
11. Comunicarea de masă: utilizări și gratificații; teoria cultivării	prelegere plecând de la tematica propusă pentru curs; materiale didactice: prezentare power point – dialog cu studenții pe problematica teoretică a cursului	
12. Comunicarea interculturală: teoria negocierii feței	prelegere plecând de la tematica propusă pentru curs; materiale didactice: prezentare power point – dialog cu studenții pe problematica teoretică a cursului	



13. Comunicarea interculturală: teoria grupurilor amuțite	prelegere plecând de la tematica propusă pentru curs; materiale didactice: prezentare power point – dialog cu studenții pe problematica teoretică a cursului	
14. Recapitulare	discuție; sistematizare power point a principalelor aspecte abordate de-a lungul semestrului	
<p><b>Bibliografie obligatorie</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Barthes, R. (1997). <i>Mitologii</i>. Iași: Institutul European (traducere Maria Carpov).</li> <li>• Baxter, Leslie A. (2004). Relationships as Dialogues. <i>Personal Relationships</i>, vol. 11, p. 1-22.</li> <li>• Berger. G.R. &amp; Calabrese, R. (1975). Some Explorations in Initial Interaction and Beyond: Toward a Developmental Theory of Interpersonal Communication. <i>Human Communication Research</i>, vol. 1, 99-112.</li> <li>• Burke, K. (1968). Dramatism. In Sills, D. L. (ed.), <i>The International Encyclopedia of the Social Sciences</i>. MacMillan: New York (vol. 7, p. 445-451).</li> <li>• Deetz, S. (1992). <i>Democracy in an Age of Corporate Colonization. Developments in Communication and the Politics of Everyday Life</i>. Albany: SUNY Press.</li> <li>• Floyd, K. (2013) <i>Comunicarea interpersonală</i>. Iași: Polirom (traducere Miruna Andriescu).</li> <li>• Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., Signorielli (1986). <i>Living with televisions. The Dynamics of the Cultivation Process</i>. In Bryant, J. &amp; Zillmann, D. (eds.), <i>Perspectives on Media Effects</i>, Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum, 17-40.</li> <li>• <b>Griffin, E. ([1997]2019). <i>O perspectivă asupra teoriilor comunicării</i>. Timișoara: Editura Universității de Vest (traducere din limba engleză de Georgina Oana Gabor și Cosmin-Constantin Băiaș).</b></li> <li>• Katz, E., Blumler, J.G., &amp; Gurevitch, M. (1973). Uses and Gratifications Research. <i>Public Opinion Quarterly</i>, 37(4), 509-523.</li> <li>• Kramarae, C. (1981). <i>Women and Men Speaking</i>, Newbury House, Rowley, MA, 1981, pp. v-ix, 1-63.</li> <li>• Littlejohn, S. W. &amp; Foss, K. A. (2011). <i>Theories of Human Communication</i>. Long Gove, IL: Waveland Press (tenth edition).</li> <li>• Mead, G.H. (1962). <i>Mind, self and society: from the standpoint of a social behaviorist</i> / ed. and with an introd. by Charles W. Morris, Chicago: University of Chicago. Cap.2, p. 11 Meaning, p. 75-82; Cap. III, The Self, p. 135-226.</li> <li>• Pearce, W. B. (2005). The coordinated management of meaning (CMM). In W. B. Gudykunst (ed.), <i>Theorizing about intercultural communication</i>. Thousand Oaks, CA: Sage, 35-54.</li> <li>• ***, Playboy Interview: Marshall McLuhan,—A Candid Conversation with the High Priest of Popcult and Metaphysician of Media. <i>Playboy Magazine</i>, March, 1969, reprinted in Eric McLuhan and Frank Zingrone (eds.), <i>Essential McLuhan</i>. New York: Basic Books, 1995, pp 233-269. Available online at <a href="https://www.nextnature.net/2009/12/the-playboy-interview-marshall-mcluhan/">https://www.nextnature.net/2009/12/the-playboy-interview-marshall-mcluhan/</a>.</li> <li>• Ting-Toomey, S. (2005). The Matrix of Face: An Updated Face-Negotiation Theory. In W. B. Gudykunst (ed.), <i>Theorizing about intercultural communication</i>. Thousand Oaks, CA: Sage, p. 71-92.</li> <li>• West, R. L. &amp; Turner, L. H. (2013). <i>Introducing Communication Theory: Analysis and Application</i>. McGraw Hill Education. Available online at <a href="https://www.academia.edu/36356550/Introduction_of_Communication_Theory_West_and_Turner_">https://www.academia.edu/36356550/Introduction_of_Communication_Theory_West_and_Turner_</a>.</li> </ul>		
8.2. Seminar/laborator		Obs.
I. Seminar I – Prezentarea temelor abordate și a modalităților de evaluare	Exerciții, discuții	
II. Direcții în teoria comunicării	Exerciții, discuții	
III. H. Blumer: Comunicarea simbolică. Interacționismul simbolic	Exerciții, discuții	
IV. Prezentarea proiectelor realizate de studenți	Prezentare, discuții critice	
V. Prezentarea proiectelor realizate de studenți	Prezentare, discuții critice	
VI. Prezentarea proiectelor realizate de studenți	Prezentare, discuții critice	
VII. Rcapitulare	Exerciții	
<p><b>Bibliografie</b></p> <p><b>Seminar I</b></p> <p>Lester, J. D. &amp; Lester, J. D. Jr. (2014). <i>Writing Research Papers: A Complete Guide</i>. Pearson (15th</p>		



Edition)
<b>Seminar II</b> Craig, R. T. (1999). Communication Theory as a Field. <i>Communication Theory</i> , vol. 9, issue 2, 119-161.
<b>Seminar III</b> Blumer, H. (1969). <i>Symbolic Interactionism. Perspective and Method</i> . Englewood Cliffs: NJ: Prentice-Hall, p. 1-21.

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori 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 teoriei comunicării.

#### 10. Evaluare

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
Curs	Cunoașterea și aplicarea conținutului tematic al cursurilor	Examen scris (grilă+item deschis)	50% (din nota finală)
Seminar	Capacitatea de a elabora un proiect bazat pe aplicarea unei teorii Capacitatea de a aplica o metodă de cercetare specifică științelor comunicării	Proiect (susținut oral + formă scrisă)  Temă de seminar ( <i>un text de maxim 20 de rânduri, în format word, cu privire la modalitatea în care se poate aplica/regăsi în situații cotidiene una din teoriile studiate de curs</i> )  Prezență la seminar	50% (din nota finală la seminar)  25% (din nota finală la seminar)  25% (din nota finală la seminar)  NB: Pentru a promova, este necesară prezența la minimum 8 întâlniri de curs, respectiv la minimum 4 întâlniri de seminar
NB: nota finală se calculează astfel: 50% curs + 50% seminar. Pentru promovare, studenții trebuie să obțină minim nota 5 la ambele componente (curs și seminar)			
10.6. Standard minim de performanță: Cunoașterea (și operarea cu) conceptelor de bază aferente fiecărei teorii.			

Data completării:  
24.09.2020

Semnătura titularului de curs  
Denisa-Adriana Oprea

Semnătura titularului de seminar  
Georgiana Udrea

Data avizării în departament:  
30.09.2020

Semnătura directorului de departament:

## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Școala Națională de Studii Politice și Administrative
1.2. Facultatea	Facultatea de Comunicare și Relații Publice
1.3. Departamentul	Relații publice
1.4. Domeniul de studii	Științele ale comunicării
1.5. Ciclul de studii	Studii universitare de licență
1.6. Programul de studii/Calificarea	Comunicare și relații publice

### 2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	<b>Teorii și practici de relații publice</b>						
2.2. Titularul activităților de curs	Prof. univ. dr. Diana-Maria Cismaru						
2.3. Titularul activităților de seminar	Cda. dr. Denisa Tudor Cda. dr. Gabriela Popescu						
2.4. Anul de studiu:	II	2.5. Semestrul	I	2.6. Tipul de evaluare	E	2.7. Regimul disciplinei	DD, Obl

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar/laborator	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5. curs	28	3.6. seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp					Ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					15
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					25
Pregătire seminarii/laboratoare, teme referate, portofolii și eseuri					15
Tutoriat					-
Examinări					14
Alte activități....					-
3.7. Total ore studiu individual					69
3.8. Total ore din planul de învățământ					56
3.9. Total ore pe semestru					125
3.10. Numărul de credite					5

### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	
4.2. de competențe	

### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Sala de curs cu videoproiector
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	Sală de seminar/cu videoproiector

## 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p><b>1. Cunoaștere și înțelegere</b></p> <p>a. Înțelegerea și asimilarea noțiunilor importante din domeniul relațiilor publice;</p> <p>b. Cunoașterea unor teorii relevante pentru analiza relațiilor publice;</p> <p>c. Cunoașterea metodelor de analiză și diagnoză în relațiilor publice;</p> <p>d. Integrarea noțiunilor de relațiilor publice cu noțiunile de management.</p> <p>e. Înțelegerea procesului de instituționalizare a practicilor de relații publice.</p> <p>f. Integrarea noilor media în practicile de relații publice și înțelegerea impactul canalelor de comunicare online asupra relațiilor publice.</p>
	<p><b>2. Explicare și interpretare</b></p> <p>a. Particularizarea teoriilor și modelelor studiate în contextul românesc;</p> <p>b. Compararea diferitelor puncte de vedere asupra unei probleme sau caz concret;</p> <p>c. Explicarea și analiza critică a unor situații concrete de acțiuni de relații publice.</p> <p>d. Interpretarea corectă a unor cazuri din literatura de specialitate și din practica de relații publice.</p>
	<p><b>3. Instrumental- aplicative</b></p> <p>a. Aplicarea noțiunilor și clasificărilor în context organizațional real;</p> <p>b. Identificarea canalelor de comunicare și a publicurilor unei organizații;</p> <p>c. Investigarea aspectelor disfuncționale la nivelul comunicării și gestionării reputației unui actor public și propunerea de soluții;</p> <p>d. Utilizarea noilor tehnologii și canale de comunicare pentru rezolvarea unor probleme reputaționale;</p> <p>e. Realizarea unei diagnoze reputaționale și identificarea celor mai potrivite metode de gestionare a reputației pentru o organizație dată sau o persoană publică.</p>
	<p><b>4. Atitudinale</b></p> <p>a. Construirea unei perspective corecte în privința relațiilor publice;</p> <p>b. Respectarea principiilor etice în practicile de relații publice.</p>
Competențe transversale	<p>a. Rezolvarea în mod realist - cu argumentare atât teoretică, cât și practică - a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora</p> <p>b. Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii</p>

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Învățarea unor noțiuni și teorii fundamentale din domeniul relațiilor publice;</li> <li>▪ Cunoașterea principalelor metode de diagnoză a problemelor de relații publice;</li> <li>▪ Aplicarea noțiunilor pe situații concrete din spațiul românesc.</li> </ul>
7.2. Obiective specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Analiza și diagnoza reputației actorilor insituționali și persoanelor publice;</li> <li>▪ Identificarea canalelor de comunicare și a publicurilor unei organizații;</li> <li>▪ Dobândirea capacității de a realiza o analiză reputațională și a propune măsuri de optimizare a profilului reputațional al unui actor public/instituțional;</li> <li>▪ Înțelegerea particularităților practicilor de relații publice din domenii și contexte specifice (instituții publice, organizații non-guvernamentale, agenții de PR, companii multinaționale, etc.)</li> <li>▪ Înțelegerea impactului și integrarea canalelor de comunicare online la nivelul activităților de relații publice.</li> <li>▪ Identificarea și dezbateră practicilor neetice din sfera relațiilor publice.</li> </ul>

## 8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Observații
Relațiile publice ca terapie organizațională și socială	Predare interactivă	
Paradigme în formarea practicilor de relații publice la nivel global	Predare interactivă	
Instituționalizarea relațiilor publice la nivel național	Predare interactivă Studii de caz	
Strategia de relații publice în context global	Predare interactivă Lucru pe echipe	
Specificul relațiilor publice în mediul instituțional	Predare interactivă Aplicații	
Specificul relațiilor publice în mediul privat (companii și agenții)	Predare interactivă Studii de caz Simulare de pitch	
Specificul relațiilor publice în mediul non-profit	Predare interactivă Studii de caz Simulare de pitch	
Antreprenoriatul în relațiile publice	Predare interactivă Invitat + Studii de caz	
Planificarea și implementarea planului de comunicare	Predare interactivă Invitat + Studii de caz	
Impactul dezvoltării societății digitale asupra relațiilor publice	Predare interactivă Aplicații	
Managementul reputației în societatea digitală	Predare interactivă Studii de caz	
Crize reputaționale în mediul online	Predare interactivă Aplicații	
Etica în comunicarea online	Predare interactivă Aplicații	
<p><b>Bibliografie</b></p> <p>Cismaru, D.M. (2015). <i>Managementul reputației în mediul online</i>, București: Tritonic</p> <p>Cutlip, S.M.; Center, A.H.; Broom, G.M. (2010). <i>Relații publice eficiente</i>, București: Comunicare.ro</p> <p>Iacob, D.; Cismaru, D.M.; Pricopie, R. (2011). <i>Relațiile publice – coeziune și eficiență prin comunicare</i>, București: Comunicare.ro</p> <p>Dagenais, B. (2003). <i>Campania de relații publice</i>, Iași: Polirom</p> <p>Libaert, T. (2009). <i>Planul de comunicare – cum să-ți definești și să-ți organizezi strategia de comunicare</i>, Iași: Polirom</p> <p>Oliver, S. (2009). <i>Strategii de relații publice</i>, Iași: Polirom</p>		
8.2. Seminar/laborator		
Concepte cheie în relațiile publice	Mind mapping Lucru în echipe	
Practicile de relații publice: activități și roluri	Prezentări orale urmate de sesiuni de feedback Discuții, problematizări și contextualizări ale unor practici de PR. Lucru în echipe	
Website-ul și blogul: Instrumente strategice indispensabile în Relațiile Publice actuale	Prezentări orale urmate de sesiuni de feedback Discuții, problematizări și contextualizări ale unor practici de PR Simulare sesiune de debate (lucru pe echipe)	
Vocea organizației în Social Media: rolul lor în relațiile publice	Prezentări orale urmate de sesiuni de feedback Discuții, problematizări și contextualizări ale unor practici de PR Aplicație identificare și selectare canale media (lucru pe echipe)	
Specificul relațiilor publice: instituții, mediul privat și organizații nonguvernamentale	Prezentări orale urmate de sesiuni de feedback Discuții, problematizări și contextualizări ale unor practici de PR Analiză și dezbateri ale unor studii de caz	
Managementul reputației: corporate versus	Prezentări orale urmate de sesiuni de feedback	

personal branding (1)	Discuții, problematizări și contextualizări ale unor practici de PR Analiză și dezbateri ale unor studii de caz (lucru pe echipe)	
Managementul reputației: corporate versus personal branding (2)	Prezentări orale urmate de sesiuni de feedback Discuții, problematizări și contextualizări ale unor practici de PR Analiză și dezbateri ale unor studii de caz (lucru pe echipe)	
<p><b>Bibliografie:</b></p> <p>Bell DeTienne, K.&amp; Lewis, L.W. (2005). The Pragmatic and Ethical Barriersto Corporate Social Responsibility Disclosure: The Nike Case. <i>Journal of Business Ethics</i> (2005) 60: 359–376</p> <p>Botan, C.; Hazleton, V. (2006). <i>Public Relations Theory II</i>, New Jersey: Laurence Erlbaum</p> <p>Cetindamar, D.&amp; Husoy, K. (2007). Corporate Social Responsibility Practices and Environmentally Responsible Behavior: The Case of The United Nations Global Compact. <i>Journal of Business Ethics</i>, 76:163–176</p> <p>Clark, C. E. (2000). Differences between Public Relations and Corporate Social Responsibility: An Analysis. <i>Public Relations Review</i>, 26 (3): 363-380</p> <p>Capriotti, P. &amp; Moreno, A. (2007). Corporate citizenship and public relations: The importance and interactivity of social responsibility issues on corporate websites. <i>Public Relations Review</i>, 33, pp. 84-91</p> <p>Dodd, M. D. (2011). <i>Emotional Intelligence for Excellence in Public Relations: A pilot Examination</i> , Melissa D. Dodd, University of Miami, 14<sup>th</sup> International Public Relations Research Conference, Florida.</p> <p>Grunig, J. E. (2009). Paradigms of global public relations in the age of digitalisation. <i>Prism</i> 6(2)</p> <p>Van Ihlen, O; Van Ruler, B.&amp; Fredriksson, M. (2009). <i>Public Relations and Social Theory</i>, London: Routledge</p> <p>Macnamara, J. (2010b). Public relations and the social: How practitioners are using, or abusing, social media. <i>Asia Pacific Public Relations Journal</i>, 11(1):21-39.</p> <p>Moloney, K.(2000). <i>Rethinking public relations: the spin and the substance</i>, Cap.9: PR, journalism and the media, pp.119-132, London &amp; New York: Routledge</p> <p>Theaker, A. (2001). <i>The Public Relations Handbook</i>. London &amp; New York: Routledge</p>		

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

<p>Temele abordate în cadrul acestei discipline au rolul de a familiariza studentul atât cu paradigmele și dezbaterile teoretice din spațiul academic, aducând în discuție concepte și modele teoretice complementare, cât și să coreleze aceste aspecte teoretice cu practicile din industria de relații publice și să le contextualizeze în raport cu dinamica mediului românesc. Mai mult, metodele interactive de predare, studiile de caz și jocurile de rol propuse urmăresc dezvoltarea spiritului critic și al creativității studenților, construind contexte cât mai diverse în care aceștia să identifice și să proiecteze soluții eficiente de gestionare a unor situații specifice din activitatea specialiștilor de relații publice.</p>
---

#### 10. Evaluare

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
Curs /Examen	Corectitudinea răspunsurilor și capacitatea de analiză critică	Test grilă cu întrebări închise și cu itemi de sinteză	60%
	Capacitatea de analiză și argumentare	Eseuri (40%)	40%
Seminar	Implicarea în cadrul dezbaterii și a jocurilor de rol/aplicațiilor propuse la seminar	Activitatea de seminar	ADMIS/RESPINS

	Calitatea prezentării, capacitatea de argumentare și corectitudinea folosirii conceptelor în cadrul prezentării articolului științific	Prezentarea orală și rezumatul unui text științific	
10.6. Standard minim de performanță:			
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ frecvența de minim 50% la activitățile de curs și seminar</li> <li>▪ rezolvarea corectă a 3 teme din cele 11 propuse la curs</li> <li>▪ obținerea calificativului “admis” la seminar</li> <li>▪ rezolvarea a minim 50% din itemii testului grilă.</li> </ul>			

Data completării:  
24.09.2020

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

Data avizării în departament:  
30.09.2020

Semnătura directorului de departament:

\_\_\_\_\_



## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Școala Națională de Studii Politice și Administrative
1.2. Facultatea	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	<b>Web design</b>						
2.2. Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Maria Cernat						
2.3. Titularul activităților de seminar	Conf. univ. dr. Maria Cernat						
2.4. Anul de studiu:	2	2.5. Semestrul	2	2.6. Tipul de evaluare	E	2.7. Regimul disciplinei	DS, Obl

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	2	din care: 3.2. curs	1	3.3. seminar/laborator	1
3.4. Total ore din planul de învățământ	28	din care: 3.5. curs	14	3.6. seminar/laborator	14
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					20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme referate, portofolii și eseuri					20
Tutoriat					-
Examinări					2
Alte activități....					-
3.7. Total ore studiu individual					72
3.8. Total ore pe semestru					100
3.9. Numărul de credite					4

### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	-
4.2. de competențe	- cunoașterea limbii engleze

### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Sala de curs cu videoproiector
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	Sală de seminar/cu videoproiector

### 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<b>COMPETENȚE PROFESIONALE</b> (conform cu foaia matricolă) 1.1. CUNOȘTINȚE 1.2. ABILITĂȚI <b>2. COMPETENȚE TRANSVERSALE</b>
	2. Explicare și interpretare ( <i>explicarea și interpretarea unor idei, proiecte, procese, precum și a conținuturilor teoretice și practice ale disciplinei</i> ) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Argumentează deductiv pentru a susține o idee;</li> <li>• Identifică principalele disfuncții în derularea unor procese de argumentare</li> <li>• Ilustrează prin situații concrete de comunicare teoriile studiate</li> </ul>

	<p>3. Instrumental- aplicative (proiectarea, conducerea și evaluarea activităților practice specifice: utilizarea unor metode, tehnici și instrumente de investigare și de aplicare)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Evaluează critic situațiile problematice apărute în situațiile de argumentare și propune soluții pe baza cunoștințelor acumulate la curs</li> <li>• Operaționalizează conceptele asociate fiecărei teorii abordate, în vederea construcției unor modele de interpretare</li> </ul>
	<p>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).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Însușirea codului deontologic al cercetării teoretice</li> <li>• Însușirea neutralității specifice cercetătorului în proiectarea, derularea și implementarea unui proiect de cercetare</li> <li>• Insuflarea atitudinii nediscriminatorii și detașate în relație cu obiectul cercetării</li> </ul>
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Exercițarea sarcinilor conform principiilor deontologice specifice acțiunilor de comunicare</li> <li>• Utilizarea competențelor comunicaționale în dezvoltarea personală</li> <li>• Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice</li> <li>• Capacitatea de a asculta activ, a se angaja în dialog și de a negocia interese în orice situație de diferend de opinie</li> </ul>

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Obiectivul general al disciplinei este să familiarizeze studenții cu principalele curente și tendințe din designul grafic și să formeze competența de a realiza afișe și coperte de carte în programul de design Photoshop
7.2. Obiective specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analiza și prezentarea principalelor evoluții din istoria design-ului publicitar;</li> <li>• Analiza principalelor curente în designul publicitar</li> <li>• Realizarea de afișe conform specificațiilor în Photoshop.</li> </ul>

#### 8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Observații
Nașterea Designului – primele școli de design	Prezentare, dialog	
Profesionalizarea designului – primele academii și curente de design grafic	prelegere plecând de la tematica propusă pentru curs; materiale didactice: prezentare power point – dialog cu studenții pe problematica teoretică a cursului	
Anii 20,30 – futurismul Italian, Art Deco, Art Nouveau, Dadaismul și alte curente influente	prelegere plecând de la tematica propusă pentru curs; materiale didactice: prezentare power point – dialog cu studenții pe problematica teoretică a cursului	
Mișcarea Bauhaus și figuri influente, Modernismul Anilor 50		
Arta pop, arta psihedelică și spiritul contestatar al anilor 60	prelegere plecând de la tematica propusă pentru curs; materiale didactice: prezentare power point – dialog cu studenții pe problematica teoretică a cursului	
Modernismul târziu și postmodernismul în designul grafic		
Designul în era digitală	prelegere plecând de la tematica propusă	

Nașterea Designului – primele școli de design	pentru curs; materiale didactice: prezentare power point – dialog cu studenții pe problematica teoretică a cursului	
Profesionalizarea designului – primele academii și curente de design grafic  Anii 20,30 – futurismul Italian, Art Deco, Art Nouveau, Dadaismul și alte curente influente	prelegere plecând de la tematica propusă pentru curs; materiale didactice: prezentare power point – dialog cu studenții pe problematica teoretică a cursului	
Mișcarea Bauhaus și figuri influente, Modernismul Anilor 50  Arta pop, arta psihedelică și spiritul contestatar al anilor 60  Modernismul târziu și postmodernismul în designul grafic	prelegere plecând de la tematica propusă pentru curs; materiale didactice: prezentare power point – dialog cu studenții pe problematica teoretică a cursului	
Designul în era digitală	discuție; sistematizare power point a principalelor aspecte abordate de-a lungul semestrului	
<b>Bibliografie obligatorie:</b>		
Jeremy Aynshley, <i>Un Secol de Design Grafic</i> , Octopus Publishing Group, London, 2001.		
8.2. Seminar/laborator		Obs.
Introducere în Photoshop – fișiere, salvare, modificarea dimensiunii imaginii; prezentarea de afișe și discutarea despre principii de design – spațiul gol, țintele privirii, aliniere	<b>Tema nr. 1 Realizează un afiș cu următoarele specificații</b> titlu: Orasul are nevoie de superputeri de blogger text: -Aplica acum! Fii super-eroul pe care il asteapta Bucurestiul! -2 logo-uri -o imagine decupata	
Folosirea uneltelor de scriere; prezentarea familiilor de fonturi și a modului în care trebuie să fie folosite	<b>Tema nr.2 Alege culori și fonturi potrivite pentru următoarele</b> Clinica ProConceptia Sala de fitness Educativa Reciclare Clinica de Psihiatrie Nichita Stanescu Dance Party Grădinița Norișor Niste cuvinte sau o fraza la alegerea voastra - Puteți să le puneți pe toate în aceeași imagine!	
Folosirea uneltelor de selectare și decupare; prezentarea elementelor de bază din teoria culorii	<b>Tema nr.3</b> Realizați un afiș cu următoarele specificații: Titlu: Stai în casă, dacă îți pasă! Text: Izolarea socială este singurul mijloc prin care putem preveni răspândirea bolii provocate de Coronavirus	
Folosirea imaginilor, a lucrului cu straturile imaginii, introducerea și combinarea imaginilor	<b>Tema nr. 4</b> Realizați o copertă de carte cu titlul ”Pandemie și infodemie - prima pandemie cu transmitere pe rețelele sociale” Autor - Numele vostru	

Folosirea filrelor și a uneltelor de selecție; prezentarea elementelor de design ce țin de formă și organizarea imaginii	<b>Tema nr.5</b> Realizați coperta unei lucrări de licență Aceasta trebuie să conțină: Numele Universității; Numele Facultății; Titlul lucrării; Numele coordonatorului științific Numele vostru; Un fundal și/sau o imagine decupată care să fie cât mai sugestivă pentru titlul lucrării	
Folosirea funcției select and mask	<b>Tema nr 6</b> Un afiș care să respecte următoarele specificații: Titlu: Olimpiada de design! Text: patru dintre cei mai buni designeri dintre studenții de la SNSPA și Titu Maiorescu se vor duela pentru titlul de best designer!  Ei vor prezenta lucrările.  Tu le vei vedea fără să știi cine le-a realizat  Vei vota și cea/cel care va aduna cele mai multe voturi, va câștiga!	
Recapitulare	<b>Tema nr.7</b> Realizați un afiș cu următoarele specificații: Titlu - Automobilul Lenin Text - Apasă pedala revoluției!	
<b>Bibliografie obligatorie:</b>  <i>Adobe Photoshop, Classroom in a Book, 2020, Adobepress, California USA.</i>  <a href="https://www.adobe.com/products/adobeexpress">https://www.adobe.com/products/adobeexpress</a>		

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori 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 internațională

#### 10. Evaluare

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
Curs	Cunoașterea și aplicarea conținutului tematic al cursurilor	Test online	50% (din nota finală)
Seminar	Capacitatea de a realiza un afiș în photoshop conform unor specificații	Teste online	50% (din nota finală la seminar) 50% (din nota finală la seminar)  NB: pentru a promova, este necesară prezența la minimum 6 întâlniri de curs, respectiv la minimum 6 întâlniri de seminar
NB: nota finală se calculează astfel: 50% curs + 50% seminar. Pentru promovare, studenții trebuie să obțină			

minim nota 5 la curs.

10.6. Standard minim de performanță: Cunoașterea (și operarea cu) conceptelor de bază aferente fiecărei teorii.

Data completării: 24.09.2020

Semnătura titularului de curs  
Maria Cernat

Semnătura titularului de seminar  
Maria Cernat

Data avizării în departament:  
30.09.2020

Semnătura directorului de departament:

\_\_\_\_\_