

Universitatea: „Vasile Alecsandri” din Bacău
Facultatea: de Litere
Profilul/Domeniul: Științe ale comunicării
Programul de studii: Comunicare în spațiul public
Forma de învățământ: IF

REZUMATELE FIȘELOR DISCIPLINELOR

Anul de studiu: **I**

Anul universitar: **2022/2023**

I. Disciplina: *Antropologia comunicării*

II. Statutul disciplinei: obligatoriu opțional facultativ

III. Precondiții: -

IV. Conținutul disciplinei:

Curs

1. Definiții și clasificări ale antropologiei: politică, culturală, istorică, filosofică, creștină, biologică, sociologică, fenomenologică, literară, a imaginarului etc. Antropologia ca studiu al faptelor de comunicare. Raporturile dintre ființe, semne și lucruri: obiectul științelor comunicării.
2. Originile, principiile, scopurile și cadrul analitic al antropologiei comunicării. Obiectul de studiu al formelor de interacțiuni sociale semnificative din punct de vedere semantic, cultural și comunicațional. Obiectul de studiu al antropologiei și comunicării: riturile, sărbătorile, diferitele forme de limbaj, economia simbolică servind legăturii sociale.
3. Interesul antropologiei comunicării față de contexte, fapte și efecte de comunicare. Investigarea comportamentelor, situațiilor și obiectelor care sunt percepute în sânul unei comunități ca având valoare comunicativă.
4. Valoarea comunicativă a comportamentelor, situațiilor, obiectelor de studiu percepute în sânul unei colectivități. Reconstituirea unui cod secret și complicat prin comunicare (cuvintele, gesturile, împrejurările vieții cotidiene).
5. Tipuri de mediere în demersul de domesticire și civilizare a corpului: impersonală (politețea); comunitară și instituțională (marile ceremonialuri ale Statului care pun în ordine corpurile individuale, transformate în corpuri instituționale și care reintegrează Corpul social).
6. Limbă, limbaj și gândire sălbatică. De la ritual la mitologie. Totem, magie, vrăjitorie. Tabuizarea obiectului estetic. Magie. Riturile, eticheta, protocolul, politețea și curtoazia. Interzicerea incestului. Darul ceremonial și raporturile sale cu ritualul sau cu jocul (homo ludens).
7. Cultură și limbaj. De la natural la supranatural: religia. Relația suflet-trup. Teoria antropologică a personalității. Experiența spirituală, comunicarea omului cu transcendentul; întruchiparea lui Iisus. Imitatio Christi; Imitatio Dei. Semnificația spirituală a crucii și a morții.

Seminar

1. Structurile antropologice ale imaginarului
2. Paradigmele antropologiei comunicării
3. Semiotica pasiunilor
4. Fenomenologia donației
5. Cultura și simbolistica puterii
6. Teoria legăturilor ritualice
7. Deschideri spre artă ale antropologiei comunicării și fenomenul educației

V. Bibliografia minimală obligatorie

1. Bonte, Pierre; Izard, Michel (coord.), *Dicționar de etnologie și antropologie* (trad. rom.), ed. a II-a revăzută și adăugită, Iași, Ed. POLIROM, 2007

2. Brătescu, Gh. V., *Vrăjitoria de-a lungul timpului*, București, Ed. Politică, 1985
3. Bremmer, Jan; Roodenburg Herman (editori), *O istorie culturală a gesturilor. Din antichitate până în zilele noastre* (trad. rom.), București, Ed. Polimark, 2000
4. Coman, Mihai, *Introducere în antropologia culturală. Mitul și ritul*, Iași, Ed. Polirom, 2008
5. Durand, Gilbert, *Structurile antropologice ale imaginarului* (trad. rom.), București, Ed. Univers, 1977
6. Gebauer, Gunter; Wulf Christoph, *Jeux, rituels, gestes. Les fondements mimétiques de l'action sociale* (trad. fr.), Paris, Ed. Economica, 2004
7. Grünberg, Laura (coord.), *Introducere în sociologia corpului. Teme, perspective și experiențe întrupate*, Iași, Ed. Polirom, 2010
8. Huizinga, Johan, *Homo ludens. Încercare de determinare a elementului ludic al culturii* (trad. rom.), București, Ed. Univers, 1977
9. Lévi-Strauss, Claude, *Antropologia structurală* (trad. rom.), București, Ed. Politică, 1978
10. Mauss, Marcel, *Eseu despre dar* (trad. rom.), Iași, Ed. Institutul European, 1993
11. Mihăilescu, Vintilă, *Antropologie. Cinci introduceri*, Iași, Ed. Polirom, 2007
12. Pease, Allan, *Limbajul trupului* (trad. rom.), București, Ed. Polimark, 1995

VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
1	2 × 14 = 28	1 × 14 = 28	-	-	8

VII. Procedura de evaluare cunoștințelor: examen

I. Disciplina: *etică și integritate academică*

II. Statutul disciplinei: obligatoriu opțional facultativ

III. Precondiții -

IV. Conținutul disciplinei:

Curs

1. Fundamente teoretice în construcția conceptului de „etică”
2. Aspecte etico-deontologice în comunicarea publică
3. Valori și principii etice aplicate în comunicare și educație: egalității în drepturi, libertății de exprimare și opinie, responsabilității și răspunderii, imparțialității și obiectivității, secretului profesional, liberului acces la informații, comunicării autorizate, solidaritate, transparenței
4. Cadrul legislativ cu privire la etică și integritate academică
5. Limitele comunicării publice în privința informațiilor de interes public și privat.
6. Proprietatea intelectuală, drepturile de autor, erori oneste, falsificarea de date, confecționarea de date, plagiatul, autoplăgiatul, conflictul de interese, copyright-ul și concurența neloială
7. Aspecte etice în redactarea lucrărilor științifice

Seminar

1. Importanța eticii în situațiile de criză
2. Etica valorilor în PR
3. Etica datoriei în profesia de relaționist/ jurnalist
4. Responsabilitatea etică și juridică a autorului de texte în diferite domenii
5. Limitele adevărului în cadrul organizațional
6. Etica mass-media: calomnia și insulta în comunicarea publică: norme, sancțiuni, exemple
7. Dileme etice în practica profesională. Strategii, soluții, rezultate

V. Bibliografia minimală obligatorie

1. Christians, G.C. et al, *Etica mass-media*, Polirom, Iași, 2001.

2. Cîrîță-Buzoianu, Cristina, *Etică și deontologie profesională*, Editura Alma Mater, Bacău, 2011.
3. Rad, Ilie, *Cum se scrie un text științific*, Editura Polirom, Iași, 2008.

VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
I	1x14=14	2x14=28	-	-	8

VII. Procedura de evaluare cunoștințelor: examen

I. Disciplina: *Comunicare și negociere în spațiul public*

II. Statutul disciplinei: obligatoriu opțional facultativ

III. Precondiții

IV. Conținutul disciplinei:

Curs

1. Considerații generale asupra negocierii
 - Elemente fundamentale ale negocierii
 - Negocierea și nevoile partenerilor
2. Principiile negocierii
 - Tipuri de negociere
 - Caracteristici ale negocierii
3. Aspecte esențiale ale comunicării în negociere
 - Stiluri de comunicare în negociere
4. Stările eu-lui
 - Tranzacțiile comunicative
 - Tipuri de tranzacții
 - Analiza tranzacțională în negociere
 - Rolurile individului în relațiile cu mediul social
5. Etapele negocierii
6. Strategii de negociere
7. Tehnici și tactici de negociere

Seminar

1. Comunicarea verbală în negociere (tipuri de întrebări, realizarea argumentării)
 - Comunicarea nonverbală în negociere
 - Tipuri de gesturi și posibilele lor semnificații în negociere
 - Elemente paraverbale și posibilele lor semnificații în negociere
2. Negocierea internațională
 - Elemente caracteristice comunicării interculturale
 - Diferențe culturale reflectate în limbajul verbal /nonverbal în negociere
3. Stiluri de negociere
 - Tipuri de negociatori
4. Etapele negocierii
 - Analiza tranzacțională în negociere
5. Strategii de negociere
6. Tehnici de negociere
7. Tactici de negociere

V. Bibliografia minimală obligatorie

Galița, Raluca, *Pragma-stilistica oralității*, Bacău: Alma Mater, 2011

VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
1	1x14=14	2x14=28	-	-	7

VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor: examen oral; originalitatea temelor prezentate

I. Disciplina: *Brand și branding*

II. Statutul disciplinei: obligatoriu opțional facultativ

III. Precondiții: -

IV. Conținutul disciplinei:

Curs

Arhitectura brandului. Brandurile corporatiste. Familii de branduri. Branduri individuale. Branduri premium. Branduri clasice. Branduri naționale și internaționale. Elementele brandului. Brandurile și imaginea. Numele brandului. Logotipul. Tagline-ul (sau sloganul). Comunicarea în cazul brandului. Instrumentele de construire a brandului. Vânzările personale. Marketingul direct. Relații publice. Târguri și expoziții. Advertising. Vânzările promoționale. Particularitățile brandului. InBrandingul. Brandingul online. Brandingul social. Brandingul de tip word-of-mouth. Planificarea brandului. Analiza de brand. Strategia de brand. Construirea brandului. Pericole asociate anumitor modele de gândire strategică. Matricea Ansoff. Matricea Boston. Cele cinci forțe ale lui Porter. Cei patru „P”.

Seminar

Capitalul unui brand: studii de caz. Loialitatea față de un brand: studii de caz. Recunoașterea brandului. Calitatea percepută: studii de caz. Asocierile brandului: decizia de poziționare: studii de caz. Numele, simbolul și sloganul. Brandingul global: studii de caz. Extensiile brandului: studii de caz. Revitalizarea unui brand: studii de caz. Regulile generale ale longevității unui brand: studii de caz.

V. Bibliografia minimală obligatorie:

1. Aaker, David A. (2005), *Managementul capitalului unui brand. Cum să valorificăm numele unui brand*, București, Brandbuilders
2. Cărămidă, Cristian (2009), *Brand&Branding. Identitatea vizuală*, vol. I, București, Brandmark
3. Cărămidă, Cristian (2010), *Brand&Branding. Valoarea brandului*, vol. II, București, Brandmark
4. Fisher-Buttinger, Vallaster, Christine (2011), *Noul branding. Cum să construiești capitalul unei mărci*, Iași, Polirom
5. Kotler, Philip, Pfoertsch, Waldemar (2011), *Business-to-business brand management*, București, Brandbuilders

VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
1	2x14=28	1x14=14	-	-	7

VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor: *colocviul*

I. Disciplina: *Acte de limbaj*

II. Statutul disciplinei: obligatoriu opțional facultativ

III. Precondiții -

IV. Conținutul disciplinei:

Curs: Enunțarea ca act de limbaj. Dimensiunea socioemoțională a comunicării; Sens și sensibilitate; Actele de limbaj în comunicare. John Langshaw Austin: cum se fac lucrurile prin cuvinte; John Rogers Searle: ce înseamnă a vorbi. Tehnici de comunicare persuasivă; Maximele conversaționale ale lui Herbert Paul Grice; Principiul cooperării, principiul relevanței, principiul sincerității; Legile discursului: legea informativității, legea exhaustivității, legea modalității, legea interesului, legea înlănțuirii, legea litotei; A cere și a da informații practice: a se informa, a informa pe alții, a-și da părerea etc.; A trece la acțiune: mijloacele de a acționa și de a-l face pe cineva să acționeze; A descrie atitudini și a exprima sentimente: diferitele moduri de a nega, de a afirma, de a-și exprima acordul sau dezacordul și de a judeca; a-și exprima emoțiile; A convinge sau a constrânge? Publicitate și informație prin actele de limbaj; Persuasiunea prin metode moderne de comunicare media. Actele de limbaj din perspectiva eticii și deontologiei comunicării media.

V. Bibliografia minimală obligatorie

1. Austin, John Langshaw, *Quand dire, c'est faire*, Seuil, Paris, 1970
2. Ioan, Petru, *Educație și creație în perspectiva unei logici situaționale*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 1995
3. Kerbrat-Orecchioni, Catherine, *Les actes de langage dans le discours*, Editions Nathan, Paris, 2001
4. Romedea, Adriana-Gertruda, *Actele de discurs: o perspectivă semiotică*, Editura Ștefan Lupașcu, Iași, 1999
5. Romedea, Adriana-Gertruda, *Formes discursives*, Alma Mater, Bacău, 2007
6. John Rogers Searle, « Le sens littéral », in *Langue française*, n° 42, Larousse, Paris, 1979
7. Searle, John Rogers, *Sens et expression*, Les Editions de Minuit, Paris, 1982
8. Vernant, Denis, *Du discours à l'action*, Presses Universitaires de France, Paris, 1997

VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
2	1x14=14	-	-	-	5

VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor: *examen*

I. Disciplina: *Construcția identității în discursul public*

II. Statutul disciplinei: obligatoriu opțional facultativ

III. Precondiții

IV. Conținutul disciplinei:

Cursul își propune să pună în discuție, să găsească definiții și să formuleze dificultățile inerente noțiunii de identitate așa cum apare ea construită în discurs. Pe fundalul studiului relațiilor

complexe dintre individ și comunitate, dintre om și cultura din care face parte, se vizează identificarea, înțelegerea, explicarea și, în final, crearea unor strategii de construire a identității pe baza unor mărci discursive anumite, a idiosincraziilor și particularităților ce conturează o individualitate. În acest sens, temele discutate se adună în jurul unor idei precum dublul eului, identitățile multiple, fluctuante, metafore ale identității, eul individual și eul colectiv, solidaritatea și singurătatea, libertatea și constrângerea eului, hibriditatea.

V. Bibliografia minimală obligatorie

Burke, Peter J. and Stets, Jan E., *Identity Theory*, Oxford University Press, 2009, www.books.google.ro.

Edwards, J, *Language and Identity*, Cambridge University Press, Cambridge, 2009.

Johnstone, B, *Discourse Analysis*, Blackwell Publishing, Oxford, 2009.

Joseph J, *Language and Identity: National, Ethnic, Religious*, Palgrave Macmillan, London, www.books.google.ro.

Frevert, U si Haupt, H.G., *Omul secolului XX*, Polirom, Iași, 2002, www.polirom.ro.

Schwartz S, *Handbook of Identity Theory and Research*, Springer Science & Business Media, 2011, www.books.google.ro.

VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
2	1x14=14	-	-	-	5

VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor: *examen*

I. Disciplina: *Abordări moderne ale cercetării științifice*

II. Statutul disciplinei: obligatoriu opțional facultativ

III. Precondiții: -

IV. Conținutul disciplinei:

Curs

1. Repere introductive ale cercetării socio-umane

Paradigmele cercetării; obiectivele cercetării; funcțiile cercetării; caracteristicile cercetării; calitățile unui bun cercetător; practici și principii etice în cercetare

2. Cercetarea calitativă și cercetarea cantitativă. Alte metode de cercetare

3. Formularea subiectului cercetării și a ipotezelor - identificarea temei de cercetare, tipuri de ipoteze

4. Selectarea eșantionului

Eșantionarea: avantaje și dezavantaje; tehnici de eșantionare; stabilirea dimensiunii eșantionului

5. Utilizarea datelor statistice

Trăsături esențiale ale metodelor statistice; utilizarea metodelor statistice în prelucrarea datelor; clasificarea datelor; sursele datelor; măsurarea

6. Colectarea datelor (1): observația, interviul, testul, experimentul

Tehnici de colectare a datelor; metoda observației; interviul; metoda testelor

7. Colectarea datelor (2): ancheta – utilizarea chestionarului; focus grupul, studiul de caz, metoda analizei portofoliilor/ a produselor activității

Metoda anchetei: caracteristici, proiectarea unei anchete; ancheta sociologică și sondajul de opinie; tehnici de scalare; chestionarul: structurarea întrebărilor; proiectarea unui chestionar pentru cercetare; măsuri ameliorative; focus grupul; componentele studiului de caz

8. Prelucrarea și analiza datelor: pregătirea datelor pentru analiza statistică, clasificarea, dispunerea sub formă de tabel, metode descriptive și indici statistici, metode inferențiale

9. Prezentarea datelor

Forme de prezentare a datelor; prezentarea grafică; tipuri de grafice;

Formularea concluziilor; redactarea raportului de cercetare; editarea raportului/lucrării

10. Tipuri de cercetare în științele umaniste: analiza de conținut, analiza vizuală, analiza de discurs, analiza conversațională, studiul etnografic

Seminar

1. Bazele cercetării în științele umaniste

2. Proiectarea cercetării

3. Etapele cercetării în științele umaniste

4. Aplicații. Formularea problemei/temei cercetării

5. Aplicații. Etapa de documentare și elaborare a modelului de analiză

6. Aplicații. Principalele metode de colectare a datelor cercetării

7. Aplicații. Metodele de măsurare a datelor cercetării

Bibliografie minimală obligatorie :

Agabrian, M. (2006). *Analiza de conținut*. Iași: Editura Polirom.

Iluț, P. (1997) *Abordarea calitativă a socio-umanului*. Iași: Polirom.

King, G., Keohane, R., Verba, S. (2000) *Fundamentele cercetării sociale*. Iași: Polirom

Moscovici, S, Buschini, F., (2007) *Metodologia științelor socio-umane*, Iași: Editura Polirom

Rad, I. (2008) *Cum se scrie un text științific*. Iași: Polirom.

Rădulescu, M., Șt. (2006) *Metodologia cercetării științifice*. București: Editura Didactică și Pedagogică.

Seale, Clive Seale (ed.) (2017), *Researching Society and Culture*, fourth edition, Sage Publications, London.

Vlăsceanu, L., (2013) *Introducere în metodologia cercetării sociologice*, Iași: Editura Polirom.

Wang, Li; Peng, Liping; Qutub, Khan (2018), *Research Methods in Education*, First Edition, Sage Publication, New Delhi, India.

Yin, Robert K. (2005). *Studiul de caz. Designul, analiza și colectarea datelor*. Iași, Editura Polirom.

Indrumar pentru redactarea lucrărilor de licență și de disertație, Bacău, 2020
https://www.ub.ro/litere/files/Indrumar_licenta-disertatie_2020.pdf

VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
2	2x14=28	1x14=14	-	-	7

VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor: examen.

I. Disciplina: *Filosofia spațiului public*

II. Statutul disciplinei: obligatoriu opțional facultativ

III. Precondiții -

IV. Conținutul disciplinei:

Curs

1. Teoria spațiului public la Jürgen Habermas

2. Conceptul de spațiu public după Hannah Arendt

3. Spațiul public: un concept-cheie al democrației în viziunea lui Eric Dacheux

4. Spațiul public mediatizat: Dominique Wolton

5. Teme de dezbatere în spațiul public

6. Comunicarea în spațiul public românesc actual
7. Spațiul public și discursul politic televizat

Seminar

1. Comunicarea în spațiul public: interacțiunea interpretărilor
2. Spațiul public românesc post-decembrist
3. Actori vizibili în sfera publică din România
4. Dezbaterile de interes public în România
5. Relațiile dintre mass-media, politicieni și cetățeni în spațiul public
6. O analiză comunicațională a mesajelor din spațiul public românesc. Studii de caz
7. Protestele din România. Studii de caz

V. Bibliografia minimală obligatorie

1. Barbu, Daniel, *România absentă. Politică și societate în România post-comunistă*, Editura Nemira, București, 2004.
2. Cîrțiță-Buzoianu, Cristina, *Filosofia spațiului public*, Editura Alma Mater, Bacău, 2014.
3. Pailliar, Isabelle (coord.), *Spațiul public și comunicarea*, traducere de Monica Mitarca, Beatrice Osanu și Eduard Săvescu, Editura Polirom, Iași, 2002.

VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
2	2x14=28	2x14=28	-	-	8

VII. Procedura de evaluare cunoștințelor: examen

I. Disciplina: *Practică de specialitate*

II. Statutul disciplinei: obligatoriu opțional facultativ

III. Precondiții -

IV. Conținutul disciplinei:

Construirea identității și relația organizației cu mass-media:

1. Analiza imaginii mediatice a organizației;
2. Modalități de promovare a organizației.

V. Bibliografia minimală obligatorie

1. Cristina, Coman, *Relațiile publice și mass-media*, Editura Polirom, Iași, 2004.
2. Mucchielli, Alex, *Comunicarea în instituții și organizații*, Editura Polirom, Iași, 2008.
3. Wally, Olins, *Despre brand*, Editura Comunicare.ro, București, 2006.

VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
2	-	-	-	4x14=56	5

VII. Procedura de evaluare cunoștințelor: colocviu

Anul de studiu: II

Anul universitar: 2022/2023

I. Disciplina: Manipulare și persuasiune**II. Statutul disciplinei:** obligatoriu opțional facultativ**III. Precondiții:** -**IV. Conținutul disciplinei:****Curs**

Manipularea. Structura manipulării. Specificul manipulării opiniilor și comportamentelor. Strategii de manipulare a opiniilor și comportamentelor. Manipularea afectelor. Manipularea cognitivă. Istoricul preocupărilor de analiză a persuasiunii. Limbajul și persuasiunea. Persuasiune vs. propagandă. Persuasiune vs. publicitate. Teoria aristotelică a persuasiunii. Teorii psihosociologice ale schimbării atitudinale. Teorii ale limbajului în persuasiune. Strategii și tehnici de persuadare

Seminar

Efecte ale manipulării. Structurarea și ordonarea mesajelor persuasive. Persuasiunea secvențială. Persuasiunea vizuală. Arta, cinematografia, fotojurnalismul, imaginile în publicitate ca persuasiune. Persuasiunea subliminală. Influențarea nonverbală. Influența tactilului. Influența privirii. Influența zâmbetului. Supunerea liber consimțită: „Piciorul în ușa”, „Ușa în nas”, Angajamentul. Credibilitatea și managementul imaginii

V. Bibliografia minimală obligatorie:

1. Chelcea, Septimiu, *Opinia publică. Strategii de persuasiune și manipulare*, București, Editura Economică, 2006
2. Gass, Robert H., Seiter, John S., *Manual de persuasiune*, Polirom, Iași, 2009
3. Guéguen, Nicolas, *Psihologia manipulării și a supunerii*, Polirom, Iași, 2007
4. Joule, R. V., Beauvois, J. L., *Tratatul de manipulare*, București, Editura Antet, 1997
5. Kapferer, Jean-Noël, *Căile persuasiunii. Modul de influențare a comportamentelor prin mass media și publicitate*, Editura Comunicare.ro, București, 2002

VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
3	2x14=28	1x14=14	-	-	8

VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor: examen**I. Disciplina: Practici de comunicare în spațiul european****II. Statutul disciplinei:** obligatoriu opțional facultativ**III. Precondiții** - Nu este cazul**IV. Conținutul disciplinei:****Curs**

1. Discursul european. Preliminarii
 - 1.1 Contextul formării UE
 - 1.2 Concepte cheie in discursul european
 - 1.3 Valorile europene și identitatea europeană
 - 1.4 Globalizarea: discursul globalizant
 - 1.5 Discursul european și implicațiile lui ideologice și politice

2. Metaforele conceptuale ale discursului european
 - 2.1 Cadrul teoretic: metafora conceptuală și rolurile sale în discursul european
 - 2.2 Metafore conceptuale dominante în discursul politic și mediatic european
 - 2.3 De la limbaj la ideologie: efectele metaforei conceptuale în discursul european
3. Discursul stereotip
 - 3.1 Concepte
 - 3.2 Discursul stereotip în mass media: harta stereotipurilor naționale europene;
 - 3.3 Discursul stereotip în filme animate
 - 3.4 Discursul stereotip în discursul politic
 - 3.5 De la stereotipie la stigmatizare și discriminare - implicații ideologice
4. Formarea competențelor digitale în rândul tinerilor europeni
 - 4.1 Concepte
 - 4.2 Politicile UE privind tinerii. Programe europene privind competențele digitale
5. Discursul panicii morale în mass media europeană
 - 5.1 Aspecte teoretice
 - 5.2 Teme majore

Seminar

1. Discutarea unor aspecte introductive privind identitatea națională în context european
2. Analiza unor texte culturale cu accent pe metaforele conceptuale europene; discursul mediatic și politic european și metafora conceptuală (ex. criza economică din Grecia).
3. Discursul identitar din perspectiva stereotipizantă a celuilalt – analizarea unor texte jurnalistice și a altor produse media prin observarea reprezentărilor stereotipe ale identităților britanice, românești, italienești, etc.
4. Formarea competențelor digitale în rândul tinerilor europeni. Perspective, abordări, aplicații
5. Analizarea unor texte jurnalistice britanice din perspectiva discursului panicii morale; campanii europene de denigrare a românilor.

V. Bibliografia minimală obligatorie

1. Culea, Mihaela, *Introducere în discursul european*, note de curs și caiet de seminar, 2017.
2. Dovidio, John F. et al., *The Sage Handbook of Prejudice, Stereotyping and Discrimination*, Sage, London, Thousand Oaks, New Delhi, 2010.
3. Rumford, Chris, *The Sage Handbook of European Studies*, Sage Publications, London, Thousand Oaks, New Delhi, 2010

VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
3	1x14=14	2x14=28	-	-	8

VII. Procedura de evaluare cunoștințelor: *examen* – evaluare scrisă (predarea unui proiect individual de cercetare pe o temă dată) - 50%, teme de casă – prezentate la seminare - 50%

I. Disciplina: *Protocol și etichetă în diplomație*

II. Statutul disciplinei: obligatoriu opțional facultativ

III. Precondiții -

IV. Conținutul disciplinei:

Curs

1. Definiere concepte. Istoric. Rolul social al protocolului și adaptarea la contextul actual.
2. Comunicarea diplomatică

3. Tipologii de evenimente sociale
4. Etapele de organizare și modul de desfășurare a evenimentelor sociale
5. Reguli specifice de protocol și etichetă în lume (I) Europa
6. Reguli specifice de protocol și etichetă în lume (II) Asia și Oceania
7. Reguli specifice de protocol și etichetă în lume (III) America de Nord și America Latină

Seminar

1. Protocol, Ceremonial, Etichetă, Politețe, Diplomație – Noțiuni introductive
2. Istoria protocolului
3. Rolul social al protocolului
4. Diplomație și comunicare : eticheta. Studii de caz
5. Diplomație și comunicare : corespondența. Studii de caz
6. Evenimente sociale: tipologii
7. Evenimente sociale: organizare de evenimente formale și informale
8. Uzanțe de protocol diplomatic și ceremonial
9. Evoluția ordinii de precădere în România
10. Vizitele în străinătate
11. Protocolul utilizării însemnelor de stat și al sistemului de decorații
12. Privilegii și imunități diplomatice
13. Protocolul instituțional: rol și vizibilitate
14. Recapitulare

V. Bibliografie minimală obligatorie

1. Anghel, Ion, *Dreptul diplomatic și consular*, București, Editura Lumina Lex, București, 2002.
2. Barston, Ronald, Peter, *Modern Diplomacy*, Pearson Longman, London, 2006.
3. Berridge, Geoff, *Diplomacy. Theory and Practice. 4th edition*, Palgrave MacMillan, London, 2010.
4. Cooper, Andrew, Jorge Heine, Ramesh Takur, *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy*, Oxford University Press, Oxford, 2013.
5. Feltham, Ralph, George, *Diplomatic Handbook-Ghid de Diplomație*, Editura Institutului European, Iași, 2005.
6. Georgescu, Toma, Caraiani, Gheorghe, *Uzanțe diplomatice și protocol în relațiile internaționale*, Editura Sylvi, București, 2002.
7. Hotărârea Guvernului României nr. 8/2013 privind organizarea și funcționarea Ministerului Afacerilor Externe, cu modificările și completările ulterioare, la http://www.mae.ro/sites/default/files/file/acte_normative/2013.01.09_HG_Nr.8.pdf
8. Kissinger, Henry, *Diplomația*, Editura All, București, 2010.
9. Limbeanu, George, *Diplomatie, Protocol, Ceremonial: Entitati Cu Proiectie Spre Mileniul Trei*, Editura Universitatii "Lucian Blaga", Sibiu, 2005.
10. Marin, George, *Uzanțe Diplomatie și de Protocol- Caiet De Seminar*, Centrul Editorial-Poligrafic A.S.E., București, 1996.
11. Vârsta, Ioana, *Protocol și etichetă diplomatice*, Editura C.H. Beck, București, 2011.

VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
3	1x14=14	2x14=28	-	-	8

VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor: examen

I. Disciplina: Practica de specialitate

II. Statutul disciplinei: obligatoriu opțional facultativ

III. Precondiții -

IV. Conținutul disciplinei:

Implementarea strategiilor de comunicare în organizații

1. Misiune
2. Viziune
3. Mediul intern
4. Mediul extern
5. Obiective de comunicare
6. Campanie de comunicare

V. Bibliografia minimală obligatorie

1. Gregory, Anne, *Planificarea și managementul campaniilor de relații publice*, Editura Polirom, Iași, 2009.
2. Libaert, Thierry, *Planul de comunicare*, Editura Polirom, Iași, 2009.
3. Oliver, Sandra, *Strategii de relații publice*, Editura Polirom, Iași, 2009.

VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
3			-	3x14=42	6

VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor: *colocviu*

I. Disciplina: *Dezbateri publice*

II. Statutul disciplinei: obligatoriu opțional facultativ

III. Precondiții: -

IV. Conținutul disciplinei:

Curs

Dezbaterile publice – un gen discursiv. Etica dezbaterilor publice. Rolul moderatorului în dezbaterile publice. Formatul dezbaterilor publice. Dezbateri televizată vs. talk-show. Strategii de dezbateri

Seminar

Dezbaterile publice și maximele conversaționale. Formatul Karl Popper. Formatul Lincoln-Douglas. Formatul emisiune-dezbateri. Formatul dezbateri-parlamentară. Formatul World Schools Style. Dezbaterile prezidențiale. Construcția discursivă a dezbaterilor publice. Limbajul verbal și nonverbal în dezbaterile publice

V. Bibliografie

1. Beciu, C., *Sociologia comunicării și a spațiului public. Concepte, teme, analize*, Iași, Polirom, 2011
2. Roșca, V., *Mediatizarea discursului electoral și imaginea publică a candidaților*, Iași, Institutul European, 2007
3. Sălăvăstru, C-tin, *Arta dezbaterilor publice*, București, Editura Tritonic, 2009
4. Soulages, J.-C., *Les Mises en scène visuelles de l'information. Étude comparée France, Espagne, États-Unis*, Paris, Nathan, 1999
5. *** *Manual de dezbateri academice*, Polirom, Iași, 2002

VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
4	2x12=24	1x12=12	-	-	6

VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor: *examen*

I. Disciplina: *Purtătorul de cuvânt și informarea publică*

II. Statutul disciplinei: obligatoriu opțional facultativ

III. Precondiții

IV. Conținutul disciplinei:

1. Comunicarea publică - cadru general
2. Stakeholderi în comunicarea publică
3. Rolul purtătorului de cuvânt în cadrul comunicării publice
4. Categoriile de public
5. Instituții, organizații și publicuri: abordarea relațională
6. Probleme sociale, probleme publice, agenda publică
7. Canale pentru comunicarea publică
8. Participare publică și dezvoltare durabilă
9. Opinia publică și influența socială
10. Cercetarea în comunicarea publică
11. Campanii de comunicare publică
12. Impactul campaniilor de comunicare publică. Societatea comunicantă

Seminar

1. Purtătorul de cuvânt în contextul informării publice
2. Comunicare eficientă: strategii de reducere a barielor de comunicare
3. Canale și medii de comunicare și informare publică
4. Instrumente de comunicare: comunicatul de presă
5. Declarația de presă
6. Dreptul la replică
7. Precizarea
8. Dosarul de presă
9. Conferința de presă
10. Strategia și planul de relații publice
11. Managementul situațiilor de criză
12. Rolul purtătorului de cuvânt într-o situație de criză

V. Bibliografie minimală obligatorie

Coman, Cristina, *Relațiile publice și mass-media*, Polirom, Iași, 2004

Dagenais, Bernard, *Profesia de relaționist*, Polirom, Iași, 2002

Iacob, Dumitru, Cismaru, Diana-Maria, Pricopie, Remus, *Relațiile publice. Coeziune și eficiență prin comunicare*, Editura comunicare.ro, București, 2011, http://elibrary.snsps.ro/wp-content/uploads/2020/03/Relatiile_publice_Coeziune_si_eficienta.pdf

Pricopie, Remus, *Participarea publică. Comunicare pentru dezvoltare durabilă*, Editura comunicare.ro, București, 2010, http://elibrary.snsps.ro/wp-content/uploads/2020/03/Participarea_publica.pdf

Rotar (Boie) Corina, *Relațiile publice și teoria relațională. Perspective instituționale*, Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca, 2014

<http://www.editura.ubbcluj.ro/bd/ebooks/pdf/1705.pdf>

Săftoiu, Adriana, *Vocile puterii. De vorbă cu purtătorii de cuvânt*, Editura Trei, București, 2011

Zemor, Paul, *Comunicarea publică*, Institutul European, Iași, 2003.

*** *Manual pentru purtătorii de cuvânt și structurile de informare publică și relații cu mass-media*,

<https://www.juridice.ro/wp-content/uploads/2012/06/Manual-purtatori-de-cuvant.pdf>

VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
4	2x12=24	2x12=24	-	-	7

VII. Procedura de evaluare cunoștințelor: examen

I. Disciplina: *Comunicare și structuri interacționale*

II. Statutul disciplinei: obligatoriu opțional facultativ

III. Precondiții

IV. Conținutul disciplinei:

1. **Comunicare și interacțiune** (Interacțiunea socială/interacțiune verbală în viața cotidiană, în contexte variate - interpersonal, de grup și spațiul public-; construirea sensului și a imaginii identitare prin interacțiune)

2. **Comunicare și structuri interacționale** (Reguli constitutive ale interacțiunii. Reguli și constrângeri interacționale. Sincronizare interacțională. Competență interacțională)

3. **Tipare interacționale și structuri discursive** (modele de analiză)

4. **Mecanisme interacționale** (ale intenționalității, de negociere a rolurilor comunicative; de adresare, de coerență, de validare a cooperării interacționale; de realizare a actelor de limbaj// acord, dezacord; promisiune//, de politețe, de implicare, de evitare); rolul acestora în structurarea interacțiunii

5. **Direcții de comunicare strategică în interacțiune** (persuadare, eliminare a unei reacții /imagini negative, fidelizare, promovare de servicii/produse, situarea pe poziție favorabilă, protejarea imaginii identitare, respingere a ideilor, etc. Rolul acestora în structurarea interacțiunii)

6. **Structuri interacționale discursive în relațiile publice**

Seminar

1. Rolul contextului și a implicitului în situații de comunicare (analiza perechilor de adiacență întrebare-răspuns)

2. Mărci de structurare a discursului în interacțiune (mărci ale funcției fatice; mărci ale rândului la cuvânt; mărci ale ezitării; mărci ale corectării; modalizatori/ nuanțatori)

3. Modele de analiză a tiparelor interacționale caracteristice comunicării

4. Construirea imaginii identitare prin interacțiune. Manifestarea identităților (Rolul PR in gestionarea imaginii organizației)

5. Comportament strategic (Analiza respectării/abaterilor de la principiile discursive și a efectului lor asupra structurării comunicării. Analiza funcționării principiilor discursive și a efectului lor asupra structurării comunicării)

6. Evaluarea succesului strategiilor alese în diverse tipuri de structuri interacționale

V. Bibliografia minimală obligatorie

Bonta, E.(2015): *A Terminological Guide to Interactional Pragmatics*, Cluj/ Napoca: Casa Cărții de Știință

Bonta, E. (2004): *Conversația- ipostază a interacțiunii verbale*, Bacău: Alma Mater

Borțun, Dumitru; Silvia Săvulescu (2009): *Analiza discursului public*, curs SNSPA, <https://www.slideshare.net/ralucaelenablanariu/analiza-discursului-public>

Mouchon, J. (2002): *Spatiul public și discursul televizat*, in, Pailliant, I., 2002, *Spațiul public și comunicarea*, Editura Polirom, Iasi, pp. 179-192

Muchielli, A. (2005): *Arta de a comunica. Metode, forme și psihologia situațiilor de comunicare*, Polirom, Iași

Rovența- Frumușani, D. (2004): *Analiza discursului. Ipoteze și ipostaze*, Editura Tritonic, București

Ruxăndoiu, L. (2002) *Interacțiunea verbală în limba română*, Editura Universității din București, București.

Serb, S. (2008): *Relatii publice si comunicare*, Ed.TEORA, Bucuresti

Zafiu, Rodica (2007): *Limbaj și politică*, Ed. Universității București

Zemor, P., 2003. *Comunicarea publică*, Institutul European, Iași

VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
4	1x12=12	1x12=12	-	-	6

VII. Procedura de evaluare cunoștințelor: examen oral – prezentare proiect final.

I. Disciplina: *Campanii electorale în România*

II. Statutul disciplinei: obligatoriu opțional facultativ

III. Precondiții -

IV. Conținutul disciplinei:

Campania electorală – de la teorie la practică

Stiluri de campanie: activă vs. reactivă; centrată pe partid vs. pe candidat; auto-centrată vs. de atac; pentru candidați în funcție vs. candidați aflați în opoziție.

Campaniile electorale postdecembriste din România : alegerile parlamentare (1990, 1992)

Campaniile electorale postdecembriste din România : alegerile parlamentare (1996, 2000)

Campaniile electorale postdecembriste din România : alegerile parlamentare (2004, 2008)

Campaniile electorale postdecembriste din România : alegerile parlamentare din 2012

Campaniile electorale postdecembriste din România : alegerile pentru Parlamentul European (2007, 2009, 2014)

Campaniile electorale postdecembriste din România : alegerile prezidențiale (1990,1992)

Campaniile electorale postdecembriste din România : alegerile prezidențiale (1996)

Campaniile electorale postdecembriste din România : alegerile prezidențiale (2000)

Campaniile electorale postdecembriste din România : alegerile prezidențiale (2004)

Campaniile electorale postdecembriste din România : alegerile prezidențiale (2009)

Campaniile electorale postdecembriste din România : alegerile prezidențiale (2014)

Campaniile electorale postdecembriste din România : alegerile locale

Seminar

Atașamentul față de partidele politice în România

Participarea la vot. De ce (nu) votează cetățenii români

Determinanți ai eurosepticismului/ eurooptimismului în România

Lideri politici, candidați și construcția deciziei de vot

Informarea politică a românilor : de unde și de ce contează ?

Impactul campaniei electorale : stabilitate și schimbare

Increderea candidatului/ alegătorului în mass-media/ social media în timpul campaniei electorale

V. Bibliografia minimală obligatorie

1. Beciu, Camelia, *Politica discursivă. Practici politice într-o campanie electorală*, Editura Polirom, Iași, 2000
2. Corbu, Nicoleta, Boțan, Mădălina, *Telepreședinții. Radiografia unei campanii electorale*, Editura Comunicare.ro, București, 2011
3. Haineș, Rosemarie, *Televiziunea și reconfigurarea politicului. Studii de caz: Alegerile prezidențiale din România din anii 1996 și 2000*, Editura Polirom, Iași, 2002
4. Miculescu, Cornel, *Cotroceni. Gară pentru doi. Politici electorale comparate în campaniile pentru alegerile prezidențiale de la televiziune, 1990- 1992- 1996- 2000*, Editura Bic All, București, 2002, pp.14-178
5. Pătruț, Bogdan, Pătruț, Monica (eds), *Social Media in Politics: Case Studies on the Political Power of Social Media*, Springer, 2014
6. Popa, Ana-Maria, *Secretul președinților. Studii de caz pe dezbaterile prezidențiale finale din România și Statele Unite ale Americii în anul 2004*, Editura Lumen, Iași, 2005
7. Teodorescu, Bogdan, Guțu, Dorina, Enache, Radu, *Cea mai bună dintre lumile posibile - Marketingul politic în România (1990 - 2005)*, Comunicare.ro, București, 2009
7. Comșa, Mircea, Gheorghică, Andrei, Tufiș, Claudiu (coord.), *Alegerile pentru Parlamentul European. România 2009*, Editura Polirom, Iași, 2010
8. Teodorescu, Gheorghe, *Alegeri 2008. Campanii, lideri si sondaje*, Editura Polirom, Iași, 2009
9. Tudor, Sorin, *Politica 2.0.08 : Politica marketingului politic*, Editura Tritonic, București, 2008
10. Pătruț, Monica, *Promotion des acteurs politiques dans une campagne électorale locale: Étude de cas: Bacau, Roumanie, 2004*, Akademische Verlagsgemeinschaft München, Germania, 2011

VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
4	2x12=24	1x12=12	-	-	6

VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor: colocviu

DECAN,

Director departament,

Conf. univ. dr. Brîndușa-Mariana Amălăncei

Conf. univ. dr. Luminița Drugă

Observații:

Pentru îndosariere, pagina va respecta următoarele margini: sus – 1 cm., jos – 1,5 cm., stânga – 3 cm., dreapta – 1 cm. Margine subsol pentru numerotare: 1,5 cm. Rezumatele se scriu pe o parte sau pe ambele părți respectând marginile în oglindă.

Scrierea se face la un rând cu caractere românești, font Times New Roman, dimensiunea 12.

Antetul nu se repetă pe fiecare pagină. Se lasă un rând între capitole, două rânduri între discipline și trei rânduri între anii de studii. Pentru aspect, la sfârșit de pagină se va urmări legarea conținutului de titlul capitolului, astfel încât să nu apară titlul pe o pagină și conținutul pe următoarea. Numărul și titlul capitolului se scriu cu font îngroșat, conținutul cu font normal.

Documentul se numerotează începând cu 1 de la prima pagină, pe centrul paginii, în subsol, și se semnează de decan pagină cu pagină, în dreapta jos cu excepția ultimei pagini, unde semnează pentru încheierea documentului alături de șeful de catedră.

Observația de mai sus este solicitarea ministerului pentru vizarea diplomei.

Rectoratul atașează o adeverință de autentificare a rezumatelor, în care se menționează cui și pentru ce scop i se eliberează (vizarea actelor de studii la ieșirea din țară).

Datele pentru fondul de timp alocat trebuie să coincidă cu numărul de ore din planul de învățământ și din foaia matricolă. Capul de tabel se modifică corespunzător specificului facultății și rămâne același pentru toate disciplinele ca și la foaia matricolă.

Rezumatul conținutului disciplinei se stabilește de titularul de disciplină. Acesta va fi cât mai concis dar relevant. Se va avea în vedere cuprinderea tuturor informațiilor necesare echivalării de studii, dar și o exprimare cât mai concisă. Nu se trec obiectivele disciplinei, istoricul ei, etc.

Proceduri de predare: se va adopta o exprimare cât mai concisă pentru fiecare formă de activitate (Ex: curs: prelegere, dezbateri; Laborator: activitate individuală, activitate în grup, testare programe, interpretare rezultate, etc.)

Criteriile de evaluare reprezintă pe scurt modul de constituire a notei finale pe activități, dacă este cazul. Dacă nu, se trece în continuare examen, colocviu etc.

La bibliografie se trec titlurile semnificative sau reprezentative.

Rezumatele se întocmesc pe specializări și promoții, pe cât posibil în ordinea disciplinelor de pe foile matricolă.