



UNIVERSITATEA „VASILE ALECSANDRI” DIN BACĂU

Facultatea de Litere

Str. Spiru Haret, nr. 8, Bacău, 600114

Tel./ fax ++40-234-588884

www.ub.ro; e-mail: litere@ub.ro



FIȘA DISCIPLINEI

(licență)

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea „Vasile Alecsandri” din Bacău
1.2. Facultatea	de Litere
1.3. Departamentul	Limba și literatura română și științe ale comunicării
1.4. Domeniul de studii	Științe sociale/ Științe ale comunicării
1.5. Ciclul de studii	Studii universitare de licență
1.6. Programul de studii/calificarea	Comunicare și relații publice
1.7. Forma de învățământ	Învățământ cu frecvență

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Metode de cercetare în științele sociale				
2.2. Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. habil. Monica Pătruț				
2.3. Titularul activităților de seminar	Conf. univ. dr. habil. Monica Pătruț				
2.4. Anul de studiu	III	2.5. Semestrul	5	2.6. Tipul de evaluare	E
2.7. Regimul disciplinei	Categoriza formativă a disciplinei DF - fundamentală, DD - în domeniu, DS - de specialitate, DC - complementară				DF
	Categoriza de opționalitate a disciplinei: DI - obligatorie (impusă), DO - opțională (la alegere), DL - facultativă (liber aleasă)				DO

3. Timpul total estimat (ore alocate activităților didactice)

3.1. Număr de ore pe săptămână	3	3.2. Curs	2	3.3. Seminar	1
3.4. Totalul de ore pe semestru din planul de învățământ	42	3.5. Curs	28	3.6. Seminar	14

Distribuția fondului de timp pe semestru:	58 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	2
Examinări	2
Alte activități (precizați):	

3.7. Total ore studiu individual	58			
3.8. Total ore pe semestru	42	Procent maxim online:	Curs: 21,42%	Aplicații: 21,42%
3.9. Numărul de credite	4			

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	<ul style="list-style-type: none">Introducere în sistemul mass-mediaIntroducere în științele comunicării
4.2. de competențe	<ul style="list-style-type: none">

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none">participare la curs în regim on line/hibrid/față în față;
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului/proiectului	<ul style="list-style-type: none">participare la seminar în regim on line/hibrid/față în față

6. Competențe specifice acumulate

6.1. Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> -Definirea principalelor concepte specifice domeniului și utilizarea lor în diferite situații specifice procesului comunicării de masă ; -Aplicarea principiilor deontologice și a normelor etice care stau la baza proiectării și funcționării procesului de cercetare a opiniei publice; -Elaboarea unor proiecte de cercetare/ intervenție în domeniul comunicării publice; -Tratarea comunicării și a publicului / audienței din perspectiva unor parametri specifici domeniului.
6.2. Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice; -Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și a adaptării la cerințele pieței muncii

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Familiarizarea studenților cu specificul cercetării calitative și cantitative în domeniul științelor sociale
7.2. Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> - să-și însușească terminologia specifică cercetării în domeniul științelor sociale; - să descrie elementele esențiale ale fiecărei metode studiate ; -să observe diferențele și asemănările dintre diferitele metode de cercetare - să întocmească proiecte de cercetare in comunicare și relații publice; - să dobândească abilități practice de cercetare.

8. Conținuturi

Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. Cercetarea în științele sociale. Tradiții de cercetare	2	Prelegerea, problematizarea, studiul de caz, dezbateră	
2. Metodologia cercetării. Tipologia metodelor. Calitativ vs. cantitativ. Avantajele și limitele celor două abordări	2	Prelegerea, problematizarea, studiul de caz, dezbateră	
3. Etapele cercetării. Elementele circumscrierii corecte a temei de cercetare. Construcția obiectului de cercetare, problematizare și formularea ipotezelor	2	Prelegerea, problematizarea, studiul de caz, dezbateră	
4. Operaționalizarea conceptelor. Conceptualizare și operaționalizare. Dimensiuni, indicatori, indici. Validitate și fidelitate	2	Prelegerea, problematizarea, studiul de caz, dezbateră	
5. Alegerea metodelor și tehnicilor de cercetare. Factorii ce influențează această alegere	2	Prelegerea, problematizarea, studiul de caz, dezbateră	
6. Măsurarea . Tipuri de scale	2	Prelegerea, problematizarea, studiul de caz, dezbateră	
7. Experimentul	2	Prelegerea, problematizarea, studiul de caz	

8. Observația participativă	2	Prelegerea, problematizarea, studiul de caz	
9. Construcția chestionarului. Tipuri de întrebări. Exemple de anchete pe bază de chestionar. Formularea întrebărilor	2	Prelegerea, problematizarea, studiul de caz	
10. Erori de construcție a chestionarului. Erori în formularea întrebărilor, erori în aplicarea lui	2	Prelegerea, problematizarea, studiul de caz	
11. Interviu	2	Prelegerea, problematizarea, studiul de caz	
12. Metoda focus-group. Participanții, moderatorul, rapoartele	2	Prelegerea, problematizarea, studiul de caz	
13. Analiza de conținut. Specificul metodei. Etapele analizei de conținut.	2	Prelegerea, problematizarea, studiul de caz	
14. Analiza SWOT, STEEP/ PEST	2	Prelegerea, problematizarea, studiul de caz	

Bibliografie

1. Agabrian, Mircea, *Analiza de conținut*, Editura Polirom, Iași, 2006
2. Babbie, Earl, *Practica cercetării sociale*, Editura Polirom, Iași, 2010
3. Chelcea, Septimiu, *Metodologia cercetării sociologice*, Editura Economică, București, 2007
4. Iluț, Petru, *Abordarea calitativă a socio-umanului*, Editura Polirom, Iași, 1997
5. Krueger, Richard A, Casey, Mary Anne, *Metoda focus grup. Ghid practic pentru cercetarea aplicată*, Editura Polirom, Iași, 2005
6. Leinemann, Ralf, Baikalțeva, Elena, *Eficiența în relațiile publice*, Comunicare.ro, București, 2007
7. Lindenmann, Walter K, 2006, *Public Relations Research for Planning and Evaluation*, http://www.instituteforpr.org/files/uploads/2006_Planning_Eval.pdf

Bibliografie minimală

1. Babbie, Earl, *Practica cercetării sociale*, Editura Polirom, Iași, 2010
2. Krueger, Richard A, Casey, Mary Anne, *Metoda focus grup. Ghid practic pentru cercetarea aplicată*, Editura Polirom, Iași, 2005

Seminar	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. Proiect individual de cercetare. Structura. Descrierea problemei de cercetare. Motivarea alegerii temei.	2	Studiul de caz, dezbaterea	
2. Conceptualizare și operaționalizarea conceptelor. Consultarea bibliografiei. Ipoteze și întrebări de cercetare	2	Studiul de caz, dezbaterea	
3. Metodologie (metoda de cercetare, populația, locul și perioada cercetării, eșantion etc.) .Instrumentul de cercetare: chestionar sau grilă de analiză de conținut	2	Studiul de caz, dezbaterea	
4. Realizarea unui chestionar pe o temă liberă	2	Studiul de caz, dezbaterea	
5. Realizarea unui interviu tip povestea-vieții. Cerințe și condiții.	2	Studiul de caz, dezbaterea	
6. Realizarea unei grile de analiză de conținut pe o temă liberă	2	Studiul de caz, dezbaterea	
7. Organizarea și simularea unui focus-group	2	Studiul de caz, dezbaterea	

Bibliografie

1. Marinescu, Valentina, *Cercetarea în comunicare. Metode și tehnici*, Editura C.H. Beck, București, 2009
2. Moscovici, Serge, Buschini, Febrice, *Metodologia științelor socioumane*, Editura Polirom, Iași, 2007
3. Rogojinaru, Adela, *Metodologia relațiilor publice*, Editura Ars Docendi- Universitatea din București, București, 2007
4. Silverman, David, *Interpretarea datelor calitative*, Editura Polirom, Iași, 2004

Bibliografie minimală

Marinescu, Valentina, *Cercetarea în comunicare. Metode și tehnici*, Editura C.H. Beck, București, 2009

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

Conținuturile disciplinei sunt în concordanță cu standardele RNCIS.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs	Evaluarea cunoștințelor acumulate	Examen scris	60%
10.5. Seminar	Evaluare răspunsuri, aplicații	Realizarea temei primite	40%
10.6. Standard minim de performanță			
- să dovedească însușirea noțiunilor de bază din materia parcursă ; - să realizeze cel puțin o intervenție la aplicațiile care se fac în timpul seminariilor.			

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar
25.09.2024	Conf. univ. dr. Monica Pătruț	Conf. univ. dr. Monica Pătruț

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament
27.09.2024	Conf. univ. dr. Luminița Drugă

Data aprobării în Consiliul Facultății	Semnătura decanului
27.09.2024	Conf. univ. dr. Brîndușa-Mariana Amălâncei



UNIVERSITATEA „VASILE ALECSANDRI” DIN BACĂU

Facultatea de Litere

Str. Spiru Haret, nr. 8, Bacău, 600114

Tel./ fax ++40-234-588884

www.ub.ro; e-mail: litere@ub.ro



FIȘA DISCIPLINEI (licență)

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea „VASILE ALECSANDRI” din Bacău
1.2. Facultatea	Facultatea de Litere
1.3. Departamentul	Limba și literatura română și științe ale comunicării
1.4. Domeniul de studii	Științe sociale/Științe ale comunicării
1.5. Ciclul de studii	Studii universitare de licență
1.6. Programul de studii/calificarea	Comunicare și relații publice
1.7. Forma de învățământ	Învățământ cu frecvență

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Gândire critică				
2.2. Titularul activităților de curs	Lector univ. dr. Raluca Galița				
2.3. Titularul activităților de seminar	Lector univ. dr. Raluca Galița				
2.4. Anul de studiu	III	2.5. Semestrul	5	2.6. Tipul de evaluare	E
2.7. Regimul disciplinei	Categorია formativă a disciplinei DF - fundamentală, DD - în domeniu, DS - de specialitate, DC - complementară				DD
	Categorია de opționalitate a disciplinei: DI - obligatorie (impusă), DO - opțională (la alegere), DL - facultativă (liber aleasă)				DI

3. Timpul total estimat (ore alocate activităților didactice)

3.1. Număr de ore pe săptămână	3	3.2. Curs	2	3.3. Seminar	1
3.4. Totalul de ore pe semestru din planul de învățământ	42	3.5. Curs	28	3.6. Seminar	14

Distribuția fondului de timp pe semestru:	58 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	2
Examinări	2
Alte activități (precizați):	

3.7. Total ore studiu individual	58			
3.8. Total ore pe semestru	42	Procent maxim online:	Curs: 21,42%	Aplicații: 21,42%
3.9. 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	• participare la curs în regim on line/hibrid/față în față;
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului/proiectului	• participare la seminar în regim on line/hibrid/față în față

6. Competențe specifice acumulate

6.1. Competențe profesionale	<p>C3 Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în procesul de relații publice C3.4. Identificarea și utilizarea unor tehnici și indicatori relevanți pentru monitorizarea și evaluarea proceselor de comunicare</p> <p>C5 Asistență de specialitate în gestionarea comunicării de criză și/sau în medierea conflictelor de comunicare C5.2. Utilizarea instrumentarului retoric, argumentativ și semiotic pentru înlăturarea unor disfuncționalități în comunicare și/sau mediere</p>
6.2. Competențe transversale	<p>Aplicarea unor principii și metode de bază pentru rezolvarea de probleme/situații bine definite, tipice domeniului în condiții de asistență calificată</p> <p>Elaborarea de proiecte profesionale cu utilizarea unor principii și metode consacrate în domeniu</p>

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Studentii să își însușească principalele concepte specifice domeniului, utilizarea lor și terminologia de specialitate în situații multiple.
7.2. Obiectivele specifice	<ol style="list-style-type: none"> Să aplice principii și metode de bază pentru rezolvarea de probleme/situații bine definite, tipice domeniului în condiții de asistență calificată Să elaboreze proiecte profesionale cu utilizarea unor principii și metode consacrate în domeniu

8. Conținuturi

Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. Introducere în gândirea critică	2	Prelegere, workshop	
2. Evaluarea informației	2	Prelegere, workshop	
3. Tehnici de persuasiune	2	Prelegere, workshop	
4. Raționamentul deductiv	2	Prelegere, workshop	
5. Raționamentul inductiv	2	Prelegere, workshop	
6. Erori logice	4	Prelegere, workshop	
7. Analiza argumentelor	4	Prelegere, workshop	
8. Găsirea, evaluarea și utilizarea surselor	2	Prelegere, workshop	
9. Redactarea eseurilor argumentative	4	Prelegere, workshop	
10. Gândirea critică și mass-media	4	Prelegere, workshop	
Bibliografie			
Basham, Gregory & al., <i>Critical Thinking. A Students' Introduction</i> , McGraw-Hill, New York, 2002 Bowell, Tracy and Gary Kemp, <i>Critical Thinking. A Concise Guide</i> , Routledge, London and New York, 2002 Clitan, Gheorghe, <i>Gândire critică. Micromonografie</i> , Editura Eurobit, Timișoara, 2003			

Hunter, Davis, *A Practical Guide to Critical Thinking*, Wiley, New Jersey, 2014
 Stoianovici, Dragan, *Argumentare și gândire critică*, Editura Universității București, 2005
 Vaughn, Lewis, *The Power of Critical Thinking*, Oxford University Press, New York, 2005
 Weston, Anthony, *A Rulebook for Arguments*, Hackett Publishing, Indianapolis, 2009

Bibliografie minimală- cărți ce pot fi puse la dispoziția studenților și în format electronic

Basham, Gregory & al., *Critical Thinking. A Students' Introduction*, McGraw-Hill, New York, 2002
 Clitan, Gheorghe, *Gândire critică. Micromonografie*, Editura Eurobit, Timișoara, 2003
 Stoianovici, Dragan, *Argumentare și gândire critică*, Editura Universității București, 2005

Aplicații (Seminar)	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. Evaluarea informației	2	exerciții	
2. Tehnici de persuasiune	2	exerciții	
3. Raționamentul deductiv	2	exerciții	
4. Raționamentul inductiv	2	exerciții	
5. Erori logice	2	exerciții	
6. Analiza argumentelor	2	exerciții	
7. Gândirea critică și mass-media	2	exerciții	

Bibliografie

Basham, Gregory & al., *Critical Thinking. A Students' Introduction*, McGraw-Hill, New York, 2002
 Bowell, Tracy and Gary Kemp, *Critical Thinking. A Concise Guide*, Routledge, London and New York, 2002
 Clitan, Gheorghe, *Gândire critică. Micromonografie*, Editura Eurobit, Timișoara, 2003
 Hunter, Davis, *A Practical Guide to Critical Thinking*, Wiley, New Jersey, 2014
 Stoianovici, Dragan, *Argumentare și gândire critică*, Editura Universității București, 2005
 Vaughn, Lewis, *The Power of Critical Thinking*, Oxford University Press, New York, 2005
 Weston, Anthony, *A Rulebook for Arguments*, Hackett Publishing, Indianapolis, 2009

Bibliografie minimală - cărți ce pot fi puse la dispoziția studenților și în format electronic

Basham, Gregory & al., *Critical Thinking. A Students' Introduction*, McGraw-Hill, New York, 2002
 Clitan, Gheorghe, *Gândire critică. Micromonografie*, Editura Eurobit, Timișoara, 2003
 Stoianovici, Dragan, *Argumentare și gândire critică*, Editura Universității București, 2005

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

Conținuturile disciplinei sunt în concordanță cu standardele RNCIS.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs	- dovedirea însușirii terminologiei specifice	- evaluare scrisă	50%
10.5. Seminar	- originalitatea temelor prezentate	- evaluare orală și scrisă	50%
10.6. Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> - înțelegerea terminologiei specifice și punerea ei în aplicare la un nivel minim - cel puțin o temă de seminar prezentată 			

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar
25.09.2024	Lector univ. dr. Raluca Galița	Lector univ. dr. Raluca Galița

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament
27.09.2024	Conf. univ. dr. Luminița Drugă

Data aprobării în Consiliul Facultății	Semnătura decanului
27.09.2024	Conf. univ. dr. Brîndușa-Mariana Amălâneci



UNIVERSITATEA „VASILE ALECSANDRI” DIN BACĂU

Facultatea de Litere

Str. Spiru Haret, nr. 8, Bacău, 600114

Tel./ fax ++40-234-588884

www.ub.ro; e-mail: litere@ub.ro



FIȘA DISCIPLINEI (licență)

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea „Vasile Alecsandri” din Bacău
1.2. Facultatea	de Litere
1.3. Departamentul	LLRSC
1.4. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5. Ciclul de studii	Licență
1.6. Programul de studii/calificarea	Comunicare și relații publice
1.7. Forma de învățământ	IF

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Presa și actualitatea				
2.2. Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Cristina Cîrțiță-Buzoianu				
2.3. Titularul activităților de seminar	Conf. univ. dr. Cristina Cîrțiță-Buzoianu				
2.4. Anul de studiu	III	2.5. Semestrul	5	2.6. Tipul de evaluare	Examen
2.7. Regimul disciplinei	Categoría formativă a disciplinei DF - fundamentală, DD - în domeniu, DS - de specialitate, DC - complementară				DS
	Categoría de opționalitate a disciplinei: DI - obligatorie (impusă), DO - opțională (la alegere), DL - facultativă (liber aleasă)				DI

3. Timpul total estimat (ore alocate activităților didactice)

3.1. Număr de ore pe săptămână	4	3.2. Curs	2	3.3. Seminar/Laborator/Proiect	2
3.4. Totalul de ore pe semestru din planul de învățământ	56	3.5. Curs	28	3.6. Seminar/Laborator/Proiect	28

Distribuția fondului de timp pe semestru:	94 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	2
Examinări	2
Alte activități (precizați):	-

3.7. Total ore studiu individual	94			
3.8. Total ore pe semestru	56	Procent maxim online:	Curs: 21,42%	Aplicații: 21,42%
3.9. Numărul de credite	6			

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	• În perioada pandemiei, cursul se va desfășura online pe platforma Microsoft-Teams.
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului/proiectului	• În perioada pandemiei, seminarul se va desfășura online pe platforma Microsoft-Teams.

6. Competențe specifice acumulate

6.1. Competențe profesionale	<p>C2.1. Identificarea și înțelegerea teoriilor cu privire la gestiunea informațiilor, comunicarea mediatică, sistemele media, dinamica acestora și la efectele comunicării mediatice</p> <p>C2.5. Realizarea de portofolii cu privire la dimensiunea mediatică a unui act de informare și/sau comunicare profesionalizată</p>
6.2. Competențe transversale	

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	• Însușirea cunoștințelor fundamentale din domeniul presei în vederea aplicării lor în situații concrete.
7.2. Obiectivele specifice	Să definească majoritatea conceptelor și categoriilor esențiale în domeniul presei; să cunoască problematica abordată în cadrul acestui domeniu; să cunoască, să înțeleagă și să explice interacțiunea dintre presă și problematica actuală a societății; să explice și să analizeze diferitele tipuri de comportamente care apar și se formează ca urmare a libertății de exprimare; să cunoască codurile jurnaliștilor și să identifice în situații concrete respectarea sau abaterea de la normele existente.

8. Conținuturi

Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
• Presă și actualitate. Delimitări conceptuale;	4	Prelegere	
• Drepturi și responsabilități în activitatea ziaristică;	4	Problematizare interactivă	
• Teme actuale în dezbaterile media: probleme economice, sociale, politice;	4	Problematizare interactivă Studiu de caz	
• Presa centrală vs. presa locală: asemănări și deosebiri, particularități în dezvoltarea temelor de interes public;	4	Problematizare interactivă Exemplificări	

<ul style="list-style-type: none"> Mass-media și imaginea vizibilă a actorilor; 	4	Problematizare interactivă Studiu de caz	
<ul style="list-style-type: none"> Limitele libertății de exprimare prin presă: dreptul la propria imagine, dreptul la viață privată, dreptul la intimitate. 	4	Prelegere Exemplificări	
<ul style="list-style-type: none"> Analiza critică a surselor de informare din mediul online. 	4	Problematizare interactivă Studiu de caz	
Bibliografie			
<ul style="list-style-type: none"> Balaban, Delia, <i>Comunicare mediatică</i>, Editura Tritonic, București, 2009. Bârgăoanu, Alina, <i>Tirania actualității. O introducere în istoria și teoria știrilor</i>, Editura Tritonic, București, 2006. Bertrand, Claude-Jean, <i>O introducere în presa scrisă și vorbită</i>, Editura Polirom, Iași, 2001. Keeble, Richard, <i>Presa scrisă. O introducere critică</i>, Editura Polirom Iași, 2009. Petcu, Marian, <i>Jurnalist în România - istoria unei profesii</i>, Editura Comunicare.ro, București, 2005. Randall, David, <i>Jurnalistul universal</i>, Editura Polirom, Iași, 2007. 			
<ul style="list-style-type: none"> Runcan, Miruna, <i>Introducere în etica și legislația presei</i>, Editura All, București, 1998. 			
Bibliografie minimală			
<ul style="list-style-type: none"> Balaban, Delia, <i>Comunicare mediatică</i>, Editura Tritonic, București, 2009. Bârgăoanu, Alina, <i>Tirania actualității. O introducere în istoria și teoria știrilor</i>, Editura Tritonic, București, 2006. 			
<ul style="list-style-type: none"> Runcan, Miruna, <i>Introducere în etica și legislația presei</i>, Editura All, București, 1998. 			

Aplicații (Seminar / laborator / proiect)	Nr. ore	Metode de predare	Observații
<ul style="list-style-type: none"> Monitorizarea unei teme în mass-media; 	4	Prezentare xcel Studiu de caz	
<ul style="list-style-type: none"> Selectarea surselor și a perioadei de monitorizare; 	4	Prezentare xcel Studiu de caz	
<ul style="list-style-type: none"> Stabilirea indicatorilor, subindicatorilor și actorilor monitorizați; 	4	Prezentare xcel Studiu de caz	
<ul style="list-style-type: none"> Colectarea datelor; 	4	Prezentare xcel Studiu de caz	
<ul style="list-style-type: none"> Analiza cantitativă a datelor; 	4	Prezentare xcel Studiu de caz	
<ul style="list-style-type: none"> Analiza calitativă a datelor; 	4	Prezentare xcel Studiu de caz	
<ul style="list-style-type: none"> Interpretarea rezultatelor obținute. 	4	Prezentare xcel Studiu de caz	

Bibliografie			
<ul style="list-style-type: none"> Cercelescu, Carmen Monica, <i>Regimul juridic al presei: drepturile și obligațiile jurnaliștilor</i>, Editura Teora, București, 2002. Coman, Mihai, <i>Manual de jurnalism</i>, Editura Polirom, Iași, 2008; Kapferer, Jean-Noël, <i>Zvonurile</i>, Editura Humanitas, București 1993; Petcu, Marian, <i>Jurnalist în România - istoria unei profesii</i>, Editura Comunicare.ro, București, 2005. Runcan, Miruna, <i>Introducere în etica și legislația presei</i>, Editura All, București, 1998. 			
Bibliografie minimală			
<ul style="list-style-type: none"> Coman, Mihai, <i>Manual de jurnalism</i>, Editura Polirom, Iași, 2008; Dinescu, Ana, <i>Ghid al comunicatorului în instituțiile publice</i>, Editura Lumen, Iași, 2010; Keeble, Richard, <i>Presa scrisă. O introducere critică</i>, Editura Polirom, Iași, 2009. 			

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

- CONȚINUTURILE DISCIPLINEI SUNT ÎN CONCORDANȚĂ CU STANDARDELE RNCIS.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs	Realizarea și prezentarea unui portofoliu de monitorizare media pe o temă dată	oral	50%
10.5. Seminar/laborator/proiect	Prezentarea temelor de la seminar	oral	50%
	Prezentarea proiectului	oral	50%
10.6. Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> să obțină nota 5 la evaluarea de la curs și seminar, respectiv să dovedească însușirea minimă a materiei parcurse (noțiuni de bază); 			

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar
26.09.2024	Conf. univ. dr. Cristina Cîrțiță-Buzoianu	Conf. univ. dr. Cristina Cîrțiță-Buzoianu

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament
27.09.2024	Conf. univ. dr. Luminița Drugă

Data aprobării în Consiliul Facultății	Semnătura decanului
27.09.2024	Conf. univ. dr. Brîndușa-Mariana Amănâncei



UNIVERSITATEA „VASILE ALECSANDRI” DIN BACĂU

Facultatea de Litere

Str. Spiru Haret, nr. 8, Bacău, 600114

Tel./ fax ++40-234-588884

www.ub.ro; e-mail: litere@ub.ro



FIȘA DISCIPLINEI

(licență)

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea „Vasile Alecsandri” din Bacău
1.2. Facultatea	Litere
1.3. Departamentul	Limba și literatura română și științe ale comunicării
1.4. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5. Ciclul de studii	Licență
1.6. Programul de studii/calificarea	Comunicare și relații publice
1.7. Forma de învățământ	Învățământ cu frecvență

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Relații publice internaționale				
2.2. Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Paul-Claudiu Cotîrleț				
2.3. Titularul activităților de seminar	Conf. univ. dr. Paul-Claudiu Cotîrleț				
2.4. Anul de studiu	III	2.5. Semestrul	5	2.6. Tipul de evaluare	E
2.7. Regimul disciplinei	Categorizația formativă a disciplinei DF - fundamentală, DD - în domeniu, DS - de specialitate, DC - complementară				DS
	Categorizația de opționalitate a disciplinei: DI - obligatorie (impusă), DO - opțională (la alegere), DL - facultativă (liber aleasă)				DI

3. Timpul total estimat (ore alocate activităților didactice)

3.1. Număr de ore pe săptămână	3	3.2. Curs	2	3.3. Seminar/Laborator/Proiect	1
3.4. Totalul de ore pe semestru din planul de învățământ	42	3.5. Curs	28	3.6. Seminar/Laborator/Proiect	14

Distribuția fondului de timp pe semestru:	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	2
Examinări	2
Alte activități (precizați):	

3.7. Total ore studiu individual	58	Procent maxim online:	Curs: 21,42%	Aplicații: 21,42%
3.8. Total ore pe semestru	42			
3.9. Numărul de credite	3			

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	<ul style="list-style-type: none">Introducere în relații publice, Relații publice sectoriale (economic, turism, ONG, politic etc.)
4.2. de competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none">Studentii vor avea un comportament care să contribuie la buna desfășurare a orelor
--------------------------------	--

	de curs • Participare la curs în regim on line/hibrid/față în față
5.2. de desfășurare a seminarului	• Tema va fi predată în ultima oră de seminar, nerespectarea acestui termen implicând o depunere cu 2 puncte • Participare la seminar în regim on line/hibrid/față în față.

6. Competențe specifice acumulate

6.1. Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> • C3 Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în procesul de relații publice C3.2. Tratarea comunicării și a publicului / audienței din perspectiva unor parametri specifici domeniului
6.2. Competențe transversale	

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> • Constituie familiarizarea studenților cu principalele paradigme științifice din domeniul relațiilor publice internaționale, și cu terminologia particulară a domeniului.
7.2. Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> • Cursanții vor avea capacitatea de a opera cu principalele concepte de specialitate, și să elaboreze lucrări originale pornind de la aplicarea practică a teoriei și metodologiei specifice relațiilor publice internaționale. • Cursanții vor putea să stabilească canale de comunicare bidirecțională cu publicul țintă al unor companii internaționale, pot favoriza crearea unei opinii pozitive despre o organizație anume, pentru a evalua atitudinile publicului țintă și pentru a armoniza politica organizației cu opinia publică și cu interesele și obiectivele companiei.

8. Conținuturi

Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
Introducere în relații publice	2 ore	prelegerea, explicația, dezbateră	
Definirea relațiilor publice internaționale	2 ore	prelegerea, explicația, dezbateră	
Factorii care condiționează succesul relațiilor publice internaționale	2 ore	prelegerea, explicația, dezbateră	
Rolul culturii în relațiile publice internaționale	2 ore	prelegerea, explicația, dezbateră	
Problemele lingvistice	2 ore	prelegerea, explicația, dezbateră	
Rolul media în relațiile publice internaționale	2 ore	prelegerea, explicația, dezbateră	
Impactul noilor media asupra relațiilor publice	2 ore	prelegerea, explicația,	

		dezbateră	
Aspecte etice și juridice	2 ore	prelegerea, explicația, dezbateră	
Oportunități și amenințări asupra relațiilor publice internaționale	2 ore	prelegerea, explicația, dezbateră	
Relațiile publice internaționale în Europa	2 ore	prelegerea, explicația, dezbateră	
Relațiile publice internaționale în Asia	2 ore	prelegerea, explicația, dezbateră	
Relațiile publice internaționale între teorie și practică	2 ore	prelegerea, explicația, dezbateră	
Relațiile publice internaționale în programele de studii universitare. Studiu de caz: U.S.A. și Europa	2 ore	prelegerea, explicația, dezbateră	
Viitorul relațiilor publice internaționale	2 ore	prelegerea, explicația, dezbateră	

Bibliografie

1. Hong, Hye Hyun, The influence of public relations on news coverage and public perceptions of foreign countries, <https://lib.dr.iastate.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=16039&context=rtid>
2. Kamil, Amed, *Role of public relations in crisis management with the Coronavirus crisis as an example: a case study on the UAE*, <https://www.globalmediajournal.com/open-access/role-of-public-relations-in-crisis-management-with-the-coronavirus-crisis-as-an-example-a-case-study-on-the-uae.pdf>, 2020
3. Khamis, Sahar, International Public Relations: An American perspective, file:///C:/Users/user/Downloads/129432-Text%20de%20l'article-178812-1-10-20090414.pdf, 2009.
4. Rivera, Orlando, *The importance of public relations in corporate sustainability*, https://globaljournals.org/GJMBR_Volume14/4-The-Importance-of-Public-Relations.pdf, 2014.
5. Wisla, Matthew, *An investigation into the teaching of international public relations to undergraduates*, https://epublications.marquette.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1418&context=theses_open, 2009.

Bibliografie minimală

1. Wilcox, Dennis, Cameron, Glen, *Relațiile Publice. Strategii și Tactici*, Editura Curtea Veche, București, 2009.

Seminar	Nr. ore	Metode de predare	Observații
Tactici ale relațiilor publice internaționale	2 ore	Studiul de caz Dezbateră	
Construirea națiunilor prin ochii practicienilor de relații publice	2 ore	Exerciții reflexive Conversația euristică Studiu de caz Activitate de grup	
Circuitul modelului cultural I (momentul reglementării, momentul producției, reprezentarea)	2 ore	Prelegere Dialog Studiu de caz	
Circuitul modelului cultural II (consumul, identitățile); Aplicații practice ale modelului cultural.	2 ore	Prelegere Dialog Studiu de caz	
Dimensiunea globală a relațiilor publice	2 ore	Prelegere Dialog	
Diplomația publică și brandul de țară	2 ore	Activitate individuală Prelegere Dialog	
Îndrumarea studenților pentru elaborarea proiectului final	2 ore	Dezbateră Dialog	

Bibliografie

1. Freitag, Alan, *Global public relations. Spanning borders, spanning cultures*, https://smpsebastiao.files.wordpress.com/2010/06/freitag_2010_global-pr.pdf
2. Ryniejska, Marta, *Cultural Diplomacy as a form of international communication*, <http://interarts.net/descargas/interarts664.pdf>

3. Sexton, Don, *Branding. Cum se construiește bunul cel mai de preț al unei companii*, Ediția Capital, Editura Curtea Veche, București, 2012.
4. Wakefield, Robert, „World Class” *Public Relations One Decade Later: Does the model still apply?*, <https://prjournal.instituteforpr.org/wp-content/uploads/2011Wakefield.pdf>
5. Sriramesh, Krishnamurthy, *Globalisation and public relations. An overview looking into the future*, <https://www.prismjournal.org/uploads/1/2/5/6/125661607/v6-no2-a2.pdf>

Bibliografie minimală

- Curtin, Patricia, Gaither Kenn, *Relațiile publice internaționale. Negocierea culturii, a identității și a puterii*, Editura Curtea Veche, București, 2008.
- Dolea, Alina, Țăruș, Adriana, *Branding Romania. Cum (ne)promovăm imaginea de țară*, Editura Curtea Veche, 2009.

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

- Conținuturile disciplinei sunt în concordanță cu standardele RNCIS

10. Evaluare

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs		Examen scris	70%
10.5. Seminar		Evaluare orală	30%
10.6. Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> • Prezentarea temei de seminar 			

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar
25.09.2024	Conf. univ. dr. Paul-Claudiu Cotîrleț	Conf. univ. dr. Paul-Claudiu Cotîrleț

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament
27.09.2024	Conf. univ. dr. Luminița Drugă

Data aprobării în Consiliul Facultății	Semnătura decanului
27.09.2024	Conf. univ. dr. Brîndușa-Mariana Amălâneci



UNIVERSITATEA „VASILE ALECSANDRI” DIN BACĂU

Facultatea de Litere

Str. Spiru Haret, nr. 8, Bacău, 600114

Tel./ fax ++40-234-588884

www.ub.ro; e-mail: litere@ub.ro



FIȘA DISCIPLINEI

(licență)

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea „Vasile Alecsandri” din Bacău
1.2. Facultatea	de Litere
1.3. Departamentul	Limba și literatura română și științe ale comunicării
1.4. Domeniul de studii	Științe sociale/ Științe ale comunicării
1.5. Ciclul de studii	Studii universitare de licență
1.6. Programul de studii/calificarea	Comunicare și relații publice
1.7. Forma de învățământ	Învățământ cu frecvență

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Practica de specialitate				
2.2. Titularul activităților de curs					
2.3. Titularul activităților de seminar	Conf. univ. dr. habil. Monica Pătruț				
2.4. Anul de studiu	III	2.5. Semestrul	5	2.6. Tipul de evaluare	V
2.7. Regimul disciplinei	Categoría formativă a disciplinei DF - fundamentală, DD - în domeniu, DS - de specialitate, DC - complementară				DS
	Categoría de opționalitate a disciplinei: DI - obligatorie (impusă), DO - opțională (la alegere), DL - facultativă (liber aleasă)				DI

3. Timpul total estimat (ore alocate activităților didactice)

3.1. Număr de ore pe săptămână	2	3.2. Curs		3.3. Seminar/Laborator/Proiect	2
3.4. Totalul de ore pe semestru din planul de învățământ	28	3.5. Curs		3.6. Seminar/Laborator/Proiect Aplicații	28

Distribuția fondului de timp pe semestru:	47 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	10
Tutoriat	5
Examinări	2
Alte activități (precizați):	

3.7. Total ore studiu individual	47			
3.8. Total ore pe semestru	28	Procent maxim online:	Curs: 21,42%	Aplicații: 21,42%
3.9. Numărul de credite	3			

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	
4.2. de competențe	•

5. Condiții (acolo unde este cazul)

F 84.07/Ed. 07

5.1. de desfășurare a cursului	•
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului/proiectului	• participare la activitatea de practică în regim on line/hibrid/față în față

6. Competențe specifice acumulate

6.1. Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> • -realizarea de portofolii cu privire la dimensiunea mediatică a unui act de informare și/sau comunicare profesionalizată; • identificarea conceptelor și metodelor adecvate dezvoltării unui produs de RP; • promovarea unui produs de relații publice;
6.2. Competențe transversale	

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Cunoașterea activităților de comunicare și relații publice la nivelul instituției/organizației.
7.2. Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> • identificarea metodelor adecvate de documentare și informare pentru a dezvolta un produs de comunicare / relații publice; • utilizarea metodelor de cercetare studiate pentru explicarea și interpretarea unor variate tipuri de concepte, situații, procese comunicaționale; • utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare pentru a promova un produs de comunicare / relații publice.

8. Conținuturi

Aplicații (Seminar / laborator / proiect) Tematica activităților de practică:	Nr. ore	Metode de predare	Observații
<ul style="list-style-type: none"> • Practică în instituții/organizații/radio UNSR. • Analiza SWOT (puncte tari, puncte slabe, oportunități, riscuri) 	28	Documentare, dezbateri, observație, studiu de caz Portofoliu tematic	Realizarea Caietului de practică
Bibliografie			
<ul style="list-style-type: none"> • Kotler, Philip, <i>Principiile marketingului</i>, Editura Teora, București, 1999. • Marconi, Joe, <i>Ghid practic de relații publice</i>, Editura Polirom, Iași, 2007; • Newsom, Doug; Carrell, Bob, <i>Redactarea materialelor de relații publice</i>, Editura Polirom, Iași, 2003. • Newsom, Doug; Vanslyke Turk, Judy; Kruckeberg, Dean, <i>Totul despre relațiile publice</i>, Editura Polirom, Iași, 2004. • Wilcox, Dennis L.; Cameron, Glen T.; Ault, Phillip H.; Agee, Warren K., <i>Relații publice: strategii și tactici</i>, Editura Curtea Veche Publishing, București, 2009. 			
Bibliografie minimală			
<ul style="list-style-type: none"> • Kotler, Philip, <i>Principiile marketingului</i>, Editura Teora, București, 1999. • Marconi, Joe, <i>Ghid practic de relații publice</i>, Editura Polirom, Iași, 2007; • Newsom, Doug; Carrell, Bob, <i>Redactarea materialelor de relații publice</i>, Editura Polirom, Iași, 2003. • Newsom, Doug; Vanslyke Turk, Judy; Kruckeberg, Dean, <i>Totul despre relațiile publice</i>, Editura Polirom, Iași, 2004. • Wilcox, Dennis L.; Cameron, Glen T.; Ault, Phillip H.; Agee, Warren K., <i>Relații publice: strategii și tactici</i>, Editura Curtea Veche Publishing, București, 2009. 			

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

Conținuturile disciplinei sunt în concordanță cu standardele RNCIS.

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	<ul style="list-style-type: none">• însușirea tematicii activităților de practică (50%);• realizarea și predarea portofoliului de practică (50%);	prezentarea portofoliului	100%
10.6. Standard minim de performanță			
- Cunoașterea activităților de comunicare și relații publice la nivelul instituției/organizației.			

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar
25.09.2024		Conf. univ. dr. Monica Pătruț

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament
27.09.2024	Conf. univ.dr. Luminița Drugă

Data aprobării în Consiliul Facultății	Semnătura decanului
27.09.2024	Conf. univ. dr. Brîndușa-Mariana Amălânței



UNIVERSITATEA „VASILE ALECSANDRI” DIN BACĂU

Facultatea de Litere

Str. Spiru Haret, nr. 8, Bacău, 600114

Tel./ fax ++40-234-588884

www.ub.ro; e-mail: litere@ub.ro



FIȘA DISCIPLINEI

(licenta)

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea „VASILE ALECSANDRI” din Bacău
1.2. Facultatea	Facultatea de Litere
1.3. Departamentul	Limba și literatura română și științe ale comunicării
1.4. Domeniul de studii	Științe sociale/ Științe ale comunicării
1.5. Ciclul de studii	Studii universitare de licență
1.6. Programul de studii/calificarea	Comunicare și relații publice
1.7. Forma de învățământ	Învățământ cu frecvență

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Comunicare verbală în organizații				
2.2. Titularul activităților de curs	Prof. univ. dr. Elena Bonta				
2.3. Titularul activităților de seminar	Prof. univ. dr. Elena Bonta				
2.4. Anul de studiu	III	2.5. Semestrul	5	2.6. Tipul de evaluare	ES/C
2.7. Regimul disciplinei	Categoría formativă a disciplinei DF - fundamentală, DD - în domeniu, DS - de specialitate, DC - complementară				DS
	Categoría de opționalitate a disciplinei: DI - obligatorie (împusă), DO - opțională (la alegere), DL - facultativă (liber aleasă)				DI

3. Timpul total estimat (ore alocate activităților didactice)

3.1. Număr de ore pe săptămână	4	3.2. Curs	2	3.3. Seminar	2
3.4. Totalul de ore pe semestru din planul de învățământ	56	3.5. Curs	28	3.6. Seminar	28

Distribuția fondului de timp pe semestru:	69 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	25
Tutoriat	2
Examinări	2
Alte activități (precizați):	0

3.7. Total ore studiu individual	69			
3.8. Total ore pe semestru	56	Procent maxim online:	Curs: 21,42%	Aplicații: 21,42%
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	• participare la curs în regim on line/hibrid/față în față;
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului/proiectului	• participare la seminar în regim on line/hibrid/față în față

6. Competențe specifice acumulate

6.1. Competențe profesionale	C1. Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării C1.2. Explicarea conceptuală a situațiilor de comunicare și a problemelor de specialitate din domeniu C5 Asistență de specialitate în gestionarea comunicării de criză și/sau în medierea conflictelor de comunicare C5.5. Elaborarea unui plan de comunicare de criză și/sau mediere a unui conflict de comunicare
6.2. Competențe transversale	CT1: Rezolvarea în mod realist – cu argumentare atât teoretică, cât și practică – a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora CT2: Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Să conecteze teoriile comunicării cu cele organizaționale și să ajute studenții să își creeze oportunități de învățare experiențială pentru antrenarea abilităților de comunicare necesare în context organizațional
7.2. Obiectivele specifice	<p>Studenții</p> <ul style="list-style-type: none"> • să înțeleagă și să analizeze rolul comunicării verbale în context organizațional • să înțeleagă rolul relațiilor umane în comunicarea verbală în organizație • să identifice și să analizeze problemele socio-culturale legate de comunicarea verbală în organizații • să își dezvolte responsabilitatea pentru identificarea celor mai bune strategii de comunicare verbală în organizații – integrând cunoștințele dobândite în cadrul cursului, precum și abilitățile dobândite la seminar, cu experiența din organizația căreia îi aparțin • să înțeleagă mecanismele de realizare a coeziunii și coerenței discursului pe baza selecției lingvistice și structurale, pentru eficientizare modalităților de comunicare în cadrul relațiilor publice

8. Conținuturi

Curs	Nr.	Metode de predare	Observații
------	-----	-------------------	------------

	ore		
Organizare (clarificare modalități de lucru, sarcini și bibliografie)	2		
Repere teoretice și practice ale comunicării verbale (cadrul conceptual, tipuri de limbaj, variabile, tipuri de comunicatori, atitudini, tipuri de competențe al comunicării verbale; limbă/limbaj; limbaj concret/limbaj abstract; variabile ale comunicării verbale; tipuri de comunicatori; stiluri de comunicare verbală; tipuri de competențe în comunicarea verbală)	4	prelegere, dialog curs interactiv	
Cultură organizațională, climat organizațional, comportament organizațional și influența acestora asupra comunicării verbale la nivel individual și organizațional (influența parametrilor organizației asupra comunicării verbale; impactul comportamentelor și atitudinilor asupra comunicării verbale; limbaj proactiv/limbaj reactiv)	4	prelegere, dialog	
Comunicarea interpersonală în organizație (mărci lingvistice de recunoaștere a statutului și rolului, mărci lingvistice d recunoaștere a politeții)	2	curs interactiv	
Informație și comunicare	2	prelegere, curs interactiv	
De la conversație la discurs. Valorile argumentării în comunicarea organizațională	2	curs interactiv	
Rolul comunicării verbale în schimbările din organizație	4	curs interactiv	
Identitatea organizației, creată/recreată prin limbaj (buletinul informativ). Studiu de caz	2	curs interactiv	
Conflict și dialog. Tehnici de comunicare cu persoane dificile și în situații dificile	2	curs interactiv	
Evaluarea comunicării verbale organizaționale (analiză comparativă)	2	curs interactiv	
Test	2	curs interactiv	
Bibliografie			
Cismaru, D.-M. – <i>Comunicarea internă în organizații</i> , Editura Tritonic, 2008 Corniță, Georgeta (2001). <i>Dialogul în paradigmă comunicării</i> , Ed. Umbria, Baia Mare Denning Stephen, (2011). <i>Arta povestirii în afaceri</i> , Bucuresti: Publica Mouchon, J. (2002). <i>Spațiul public și discursul televizat</i> , in, Pailliar, I., 2002, <i>Spațiul public și comunicarea</i> , Polirom, Iasi, pp.. 179-192 Mucchielli, A. (2008). <i>Comunicarea în instituții și organizații</i> , Editura Polirom, 20 Newsom, D., Carrell, B. (2004). <i>Redactarea materialelor de relații publice</i> , Editura Polirom, Iași, Sălăvăstru, C. (1999). <i>Discursul puterii</i> , Insitutul European, Iași Serb, S. (2008). <i>Relatii publice si comunicare</i> , Ed. TEORA, Bucuresti Ștefănescu, Loara (2008). <i>Retorica argumentării în discursul politic contemporan</i> , EUB, București Zafiu, Rodica (2007). <i>Limbaj și politică</i> , Ed. Universității București Zemor, P. (2003). <i>Comunicarea publică</i> , Institutul European, Iași			
Bibliografie minimală – cărțile pot fi oferite studenților și în format digital			
Alan Axelrod J im Holty, <i>201 metode de soluționare a situațiilor de comunicare dificilă</i> , Chișinău, 2003 https://kupdf.net/download/comunicarea-cu-oamenii-dificili-201-metode_5a17f82fe2b6f5de02204ae5_pdf Bonta, E. (2004). <i>Interpersonal communication</i> , Bacău: Alma Mater Cismaru, D.-M. – <i>Comunicarea internă în organizații</i> , Editura Tritonic, 2008 (pe platforma TEAMS) Newsom, Doug, Carrell, Bob(2004): <i>Redactarea materialelor de relații publice</i> , Editura Polirom, Iași https://ro.scribd.com/document/153889620/Redactarea-Materialelor-de-Relatii-Publice Preda, M. (2006). <i>Comportament organizațional</i> , Iași: Polirom https://vdocuments.mx/download/comportament-organizational-marian-preda			
Aplicații (Seminar)	Nr. ore	Metode de predare	Observații
Introducere. Detalii organizatorice	2		
Individul în organizație (motivație pentru comunicare; competențe de	2		

comunicare; stiluri de comunicare; autoevaluarea motivației, a competențelor și stilului individual de comunicare)				
Comunicarea verbală și premisele creării condițiilor în vederea desfășurării de tranzacții simetrice și complementare în cadrul organizației (variabile ale comunicării organizaționale; ascultarea activă și rolul ei în comunicare; tehnici de captare a atenției; analiza tranzacțională)	2			
Bariere în calea comunicării verbale în organizație și efectele acestora la nivel individual și organizațional	2			
Influența culturii organizaționale și a climatului suportiv/deschis asupra comunicării verbale	2			
Păstrarea imaginii individuale	2			
Scrisoarea de intenție și CV-ul (studiu comparative de material oferite)	2			
Argumentarea și persuadarea în comunicarea orală și scrisă	2	Dialog, studiu de caz, argumentări pro/contra, prezentare teme		
Sugestia și povestea ca tipuri de comunicare	2			
Negocierea în comunicarea orală și scrisă	2			
Metode de îmbunătățire a comunicării verbale și rolul acestora în promovarea imaginii organizației	2			
Agresivitate verbală. Mobbing și bullying în organizație (manifestări verbale, recunoașterea și contracararea acestora)	2			
Evaluarea comunicării verbale organizaționale (analiză comparative a studiilor de caz)	2			
Prezentarea proiectelor	2			
Bibliografie				
Corniță, Georgeta (2001): <i>Dialogul în paradigmă comunicării</i> , Ed. Umbria, Baia Mare				
Dascălu-Jinga, L., Pop, L. (2003): <i>Dialogul în româna vorbită</i> , Oscar Print, București				
Denning Stephen, (2011), <i>Arta povestirii în afaceri</i> , Bucuresti: Publica				
Mouchon, J., <i>Spatiul public și discursul televizat</i> , in, Pailliar, I., (2002): <i>Spațiul public și comunicarea</i> , Polirom, Iasi, pp.. 179-192				
Mucchielli, A. (2008) – <i>Comunicarea în instituții și organizații</i> , Editura Polirom				
Newsom, D., Carrell, B., (2004), <i>Redactarea materialelor de relații publice</i> , Editura Polirom, Iași				
Pavalache-Ilie, M. (coord.) (2015): <i>Mozaicul comunicării</i> , Presa universitară Clujeană				
Sasu, Aurel (2008): <i>Dicționarul limbii române de lemn</i> , Paralela 45, Pitești				
Serb, S. (2008): <i>Relatii publice si comunicare</i> , Ed.TEORA, Bucuresti				
Ștefănescu, Loara (2008): <i>Retorica argumentării în discursul politic contemporan</i> , EUB, București				
Zafiu, R. <i>Valori argumentative în conversația spontană</i> http://cachescan.bcub.ro/2009-05-27/560789.pdf				
Zemor, P. (2003): <i>Comunicarea publică</i> , Institutul European, Iași				
Bibliografie minimală – cărțile pot fi consultate de studenți și în format digital				
Bibliografie minimală				
Alan Axelrod J im Holty (2003) , <i>201 metode de soluționare a situațiilor de comunicare dificilă</i> , Chișinău https://kupdf.net/download/comunicarea-cu-oamenii-dificili-201-metode_5a17f82fe2b6f5de02204ae5_pdf				
Cava, R- (2012) “Comunicarea cu oameni dificili”, editura Curtea Veche, Bucuresti https://ro.scribd.com/book/240595958/Comunicarea-cu-Oamenii-Dificili				
Corniță, Georgeta (2001): <i>Dialogul în paradigmă comunicării</i> , Ed. Umbria, Baia Mare http://litere.ubm.ro/georgetacornita/carti/Dialogul%20in%20paradigma%20comunicarii.pdf				
Mucchielli, A. (2008)- <i>Comunicarea în instituții și organizații</i> , Iași, Polirom https://ro.scribd.com/document/358101484/Comunicarea-in-Institutii-Si-Organizatii-pdf				
Newsom, Doug, Carrell, Bob (2004): <i>Redactarea materialelor de relații publice</i> , Editura Polirom, Iași https://ro.scribd.com/document/153889620/Redactarea-Materialelor-de-Relatii-Publice				
Pavalache-Ilie, M. (coord.) (2015): <i>Mozaicul comunicării</i> , Presa universitară Clujeană http://www.editura.ubbcluj.ro/bd/ebooks/pdf/1858.pdf				
Zafiu, R. <i>Valori argumentative în conversația spontană</i> http://cachescan.bcub.ro/2009-05-27/560789.pdf				

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

Conținuturile disciplinei sunt în concordanță cu standardele RNCIS.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs	- gradul de însușire a cunoștințelor teoretice și metodologice cu care s-a operat pe parcursul cursurilor; însușirea funcțională a resurselor lingvistice; însușirea competențelor de comunicare verbală coerentă și fluentă	- examen oral/prezentare proiect	Colcviu -50%
10.5. Seminar	<ul style="list-style-type: none"> - participare activă la seminar - elaborarea de proiecte pe o temă dată 	<ul style="list-style-type: none"> - dezbateri orale: analiza diferitelor tipuri de discurs - prezentarea temelor de casă 	<ul style="list-style-type: none"> - activitate seminar- 30% - teme – 20%
10.6. Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> - elaborarea a cel puțin 2 proiecte pe o temă dată, în timpul seminarelor - abilitatea de a comunica un text, timp de 5 minute, pe baza asumării minimale a tehnicilor de comunicare verbală orală 			

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar
25.09.2024	Prof. univ. dr. Elena Bonta	Prof. univ. dr. Elena Bonta

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament
27.09.2024	Conf. univ. dr. Luminița Drugă

Data aprobării în Consiliul Facultății	Semnătura decanului
27.09.2024	Conf. univ. dr. Brîndușa-Mariana Amălâncei



UNIVERSITATEA „VASILE ALECSANDRI” DIN BACĂU

Facultatea de Litere

Str. Spiru Haret, nr. 8, Bacău, 600114

Tel./ fax ++40-234-588884

www.ub.ro; e-mail: litere@ub.ro



FIȘA DISCIPLINEI

(licență)

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea „Vasile Alecsandri” din Bacău
1.2. Facultatea	de Litere
1.3. Departamentul	Departamentul de limba și literatura română și științe ale comunicării
1.4. Domeniul de studii	Științe sociale / Științe ale comunicării
1.5. Ciclul de studii	Studii universitare de licență
1.6. Programul de studii/calificarea	Comunicare și relații publice
1.7. Forma de învățământ	Învățământ cu frecvență

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Identitate și alteritate în discursul public				
2.2. Titularul activităților de curs	Lector univ. dr. Florinela Floria				
2.3. Titularul activităților de seminar	Lector univ. dr. Florinela Floria				
2.4. Anul de studiu	III	2.5. Semestrul	5	2.6. Tipul de evaluare	C
2.7. Regimul disciplinei	Categoria formativă a disciplinei DF - fundamentală, DD - în domeniu, DS - de specialitate, DC - complementară				DS
	Categoria de opționalitate a disciplinei: DI - obligatorie (impusă), DO - opțională (la alegere), DL - facultativă (liber aleasă)				DI

3. Timpul total estimat (ore alocate activităților didactice)

3.1. Număr de ore pe săptămână	3	3.2. Curs	1	3.3. Seminar/Laborator/Proiect	2
3.4. Totalul de ore pe semestru din planul de învățământ	42	3.5. Curs	14	3.6. Seminar/Laborator/Proiect	28

Distribuția fondului de timp pe semestru:	58 ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	17
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	17
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	12
Tutoriat	10
Examinări	2
Alte activități (precizați):	

3.7. Total ore studiu individual	58			
3.8. Total ore pe semestru	42	Procent maxim online:	Curs: 21,42%	Aplicații: 21,42%
3.9. 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	• participare la curs în regim on line/hibrid/față în față
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului/proiectului	• participare la seminar în regim on line/hibrid/față în față

6. Competențe specifice acumulate

6.1. Competențe profesionale	C11 Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării C1.2. Explicarea conceptuală a situațiilor de comunicare și a problemelor de specialitate din domeniu
6.2. Competențe transversale	CT1: Rezolvarea în mod realist – cu argumentare atât teoretică, cât și practică – a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	• Definirea principalelor concepte specifice domeniului comunicării interculturale, utilizarea lor și a terminologiei de specialitate în situații multiple
7.2. Obiectivele specifice	• Analiza și demontarea structurilor argumentative de tip xenofob/rasist • Realizarea de anchete pe micro-grupuri în scopuri precise (evidențierea necesităților, ierarhizarea revendicărilor, degajarea imaginii de sine și a majorităților) • Conceperea de proiecte de integrare culturală pentru persoane/familii/grupuri etnice sau pentru români în situație de migrații economice

8. Conținuturi

Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. Cultură și comunicare: identitate, alteritate și relații intergrupuri	2 h	Prelegere, prezentări PowerPoint, problematizare, dezbateri	
2. Identitatea între categoriile de cunoaștere și categoriile de realitate. Strategii de comunicare ale identității	2 h	Prelegere, prezentări PowerPoint, problematizare, dezbateri	
3. Naționalism și universalism – orizonturi de așteptare, perspective cronotopice în acțiunea de comunicare	2 h	Prelegere, prezentări PowerPoint, problematizare, dezbateri	
4. Relativism cultural, multiculturalism: practici, modele	2 h	Prelegere, prezentări PowerPoint, problematizare, dezbateri	
5. Atitudini și forme de percepere a alterității etnoculturale. Stereotipuri și prejudecăți în receptarea <i>celuilalt</i>	2 h	Prelegere, prezentări PowerPoint,	

		problematizare, dezbateri	
6 Relațiile interculturale din România – o perspectivă psihosocială	2 h	Prelegere, prezentări PowerPoint, problematizare, dezbateri	
7. Patrimoniul și identitate culturală	2 h	Prelegere, prezentări PowerPoint, problematizare, dezbateri	
Bibliografie			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Andreescu, Gabriel, <i>Națiuni și minorități</i>, Polirom, Iași, 2004 2. Cuisenier, Jean, <i>Etnologia Europei</i>, Institutul European, Iași, 1999 3. Ferréol, Gilles/Jucquois, Guy, <i>Dicționarul alterității și al relațiilor interculturale</i>, Polirom, Iași, 2005 4. Iacob, Luminița Mihaela, <i>Etnopsihologie și imagologie</i>, Editura Polirom, Iași, 2003 5. Neculau, Adrian, Ferréol, Gilles (coord.), <i>Minoritari, marginali, excluși</i>, Iași, Polirom, 1997 6. Păuș, Viorica, <i>Comunicare interetnică și interculturală</i>, Ed. Ars Docendi, București, 2010 			
Bibliografie minimală			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ferréol, Gilles/Jucquois, Guy, <i>Dicționarul alterității și al relațiilor interculturale</i>, Polirom, Iași, 2005 2. Păuș, Viorica, <i>Comunicare interetnică și interculturală</i>, Ed. Ars Docendi, București, 2010 			

Aplicații (Seminar / laborator / proiect)	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. Seminar organizatoric	2h	dezbateri, activitate pe echipe, portofolii tematice	
2. Identitate, alteritate, interculturalitate	2h	dezbateri, activitate pe echipe, portofolii tematice	
3. Discursul alterității : noi și ceilalți (<i>Călătoriile lui Gulliver</i> de Jonathan Swift, <i>Robinson Crusoe</i> de Daniel Defoe, <i>Scrisorile persane</i> de Montesquieu)	2h	dezbateri, activitate pe echipe, portofolii tematice	
4. Națiuni și minorități	2h	dezbateri, activitate pe echipe, portofolii tematice	
5. Atitudini și forme de percepere a alterității : stereotipurile etnice	2h	dezbateri, activitate pe echipe, portofolii tematice	
6. Minoritari, marginali, excluși (exemple din România și din alte spații culturale)	2h	dezbateri, activitate pe echipe, portofolii tematice	
7. Campanii antidiscriminare din România	2h	dezbateri, activitate pe echipe, portofolii tematice	
8. Elemente de identitate culturală europeană	2h	dezbateri, activitate pe echipe, portofolii tematice	
9. Turismul și identitățile culturale	2h	dezbateri, activitate pe echipe, portofolii tematice	
10. Identitate culturală prin gastronomie	2h	dezbateri, activitate pe echipe, portofolii tematice	
11. Presa și etnicitatea	2h	dezbateri, activitate pe echipe, portofolii tematice	
12. Educația și comunicarea interculturală	2h	dezbateri, activitate pe echipe, portofolii tematice	
13. Interculturalitate și artă (literatură, cinematografie, arte vizuale)	4h	dezbateri, activitate pe echipe, portofolii tematice	

Bibliografie	
1.	Bourhis Y. Richard, Leyens Jacques-Philippe (coordonatori), Stereotipuri, discriminare și relații intergrupuri, ed. Polirom, Iași, 1997, cap. VII, Discriminare și relații intergrupuri, R. Y. Bourhis, A. Gagnon, L. C. Moise, 1. Prejudecățile și discriminarea, pp. 125-130 ; 2. Explicațiile prejudecății și ale discriminării, pp. 130-132 ; 4. Cum poate fi atenuată discriminarea ? pp. , 145-149 ; 5. Intoleranța în epoca modernă, pp. 152-154;
2.	Cernat, Vasile, Psihologia stereotipurilor, Iași, Editura Polirom, 2005;
3.	Colțescu, Gabriela (coord.), Vocabular pentru societăți plurale = A plurális társadalmak szótára, ediție bilingvă, Editura Polirom, Iași, 2005;
4.	Cucoș, Constantin, Educația interculturală-modalitate de prevenire sau atenuare a conflictelor, p. 247-253 (cap. Dificultăți relaționale în perceperea stimulilor culturali diferiți; Atitudini și forme de percepere a alterității culturale), în Psihosociologia rezolvării conflictelor, coord. Ana Stoica-Constantin, Adrian Neculau, ed. Polirom, 1998;
5.	Dasen Pierre, Perregaux, Christiane, Rey Micheline, Educația interculturală, experiențe, politici, strategii, Polirom, 1999, pp. 85-119; 130-145; 152-155;
6.	Gavreliuc, Alin, De la relațiile interpersonale la comunicarea socială, Iași, Editura Polirom, 2006;
Bibliografie minimală	
1.	Andreescu, Gabriel, Națiuni și minorități, Polirom, Iași, 2004
2.	Colțescu, Gabriela (coord.), Vocabular pentru societăți plurale = A plurális társadalmak szótára, ediție bilingvă, Editura Polirom, Iași, 2005;
3.	Cuisenier, Jean, Etnologia Europei, Institutul European, Iași, 1999
4.	Ferréol, Gilles/Jucquois, Guy, Dicționarul alterității și al relațiilor interculturale, Polirom, Iași, 2005
5.	Floria, Florinela, Retorica alterității, Iași, Editura Universității „Al. I. Cuza”, 2014
6.	Iacob, Luminița Mihaela, Etnopsihologie și imagologie, Editura Polirom, Iași, 2003
7.	Neculau, Adrian, Ferréol, Gilles (coord.), Minoritari, marginali, excluși, Iași, Polirom, 1997
8.	Păuș, Viorica, Comunicare interetnică și interculturală, Ed. Ars Docendi, București, 2010

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

CONȚINUTURILE DISCIPLINEI SUNT ÎN CONCORDANȚĂ CU STANDARDELE RNCIS

1. Evaluare

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs	Cunoașterea conceptelor din domeniu și utilizarea lor în situații de comunicare specifice	Colocviu: realizarea și prezentarea unui portofoliu din tematica disciplinei	50%
10.5. Seminar/laborator/proiect	Prezentarea unei situații de comunicare interculturală	Proiect de seminar	50%
10.6. Standard minim de performanță			
Curs: Rezolvarea a 50% din cerințe Seminar: Prezentarea și analiza unei situații de comunicare interculturală			

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar
25.09.2024	Lector univ. dr. Florinela Floria	Lector univ. dr. Florinela Floria

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament
27.09.2024	Conf. univ. dr. Luminița Drugă

Data aprobării în Consiliul Facultății	Semnătura decanului
27.09.2024	Conf. univ. dr. Brîndușa-Mariana Amălăncei



UNIVERSITATEA „VASILE ALECSANDRI” DIN BACĂU

Facultatea de Litere

Str. Spiru Haret, nr. 8, Bacău, 600114

Tel./ fax ++40-234-588884

www.ub.ro; e-mail: litere@ub.ro



FIȘA DISCIPLINEI (licență)

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea „Vasile Alecsandri” din Bacău
1.2. Facultatea	Litere
1.3. Departamentul	Limba și literatura română și științe ale comunicării
1.4. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5. Ciclul de studii	Licență
1.6. Programul de studii/calificarea	Comunicare și relații publice
1.7. Forma de învățământ	Învățământ cu frecvență

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Organizarea de evenimente				
2.2. Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Paul-Claudiu Cotîrleț				
2.3. Titularul activităților de seminar	Conf. univ. dr. Paul-Claudiu Cotîrleț				
2.4. Anul de studiu	III	2.5. Semestrul	6	2.6. Tipul de evaluare	E
2.7. Regimul disciplinei	Categoría formativă a disciplinei DF - fundamentală, DD - în domeniu, DS - de specialitate, DC - complementară				DS
	Categoría de opționalitate a disciplinei: DI - obligatorie (impusă), DO - opțională (la alegere), DL - facultativă (liber aleasă)				DI

3. Timpul total estimat (ore alocate activităților didactice)

3.1. Număr de ore pe săptămână	4	3.2. Curs	2	3.3. Seminar/Laborator/Proiect	2
3.4. Totalul de ore pe semestru din planul de învățământ	48	3.5. Curs	24	3.6. Seminar/Laborator/Proiect	24

Distribuția fondului de timp pe semestru:	ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	25
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	25
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	23
Tutoriat	2
Examinări	2
Alte activități (precizați):	

3.7. Total ore studiu individual	77	Procent maxim online:	Curs: 21,42%	Aplicații: 21,42%
3.8. Total ore pe semestru	42			
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	• Studenții vor avea un comportament care să contribuie la buna desfășurare a orelor
--------------------------------	--

	de curs • Participare la curs în regim on line/hibrid/față în față
5.2. de desfășurare a seminarului	• Tema va fi predată în ultima oră de seminar, nerespectarea acestui termen implicând o penalizare cu 2 puncte • Participare la seminar în regim on line.hibrid/ față în față

6. Competențe specifice acumulate

6.1. Competențe profesionale	<p>C3 Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în procesul de relații publice C3.5. Elaborarea unui plan de comunicare eficientă în situații definite de comunicare publică</p> <p>C4 Realizarea și promovarea unui produs de relații publice C4.2. Explicarea și interpretarea unui eveniment de RP din perspectiva planificării lui strategice</p>
6.2. Competențe transversale	CT3: Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și a adaptării la cerințele pieții muncii

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> Specializarea practică a cursanților în organizarea de evenimente, cu scopul de a parcurge eficient toate etapele creării unui eveniment și de a realiza un concept al evenimentului cu impact real, adaptat la condițiile pieței și nevoile publicului țintă.
7.2. Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> Sporirea potențialului de promovare al fiecărui eveniment planificat, având la dispoziție cele mai noi tehnici de comunicare. Îmbunătățirea strategiilor din domeniul relațiilor publice prin acțiuni de proiectare și planificare.

8. Conținuturi

Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
Introducere în managementul evenimentelor. Conceptul de eveniment	2 ore	Prelegerea, explicația, dezbateră	
Industria evenimentelor	2 ore	Prelegerea, explicația, dezbateră	
Proiectarea și planificarea unui eveniment. Desfășurarea unui eveniment	2 ore	Prelegerea, explicația, dezbateră	
Managementul crizei și acțiuni post eveniment	2 ore	Prelegerea, explicația, dezbateră	
Servicii de alimentație publică	2 ore	Prelegerea, explicația, dezbateră	
Resursele umane ale evenimentelor	2 ore	Prelegerea, explicația, dezbateră	
Managementul financiar al unui eveniment	2 ore	Prelegerea, explicația, dezbateră	
Tehnici de promovare a unui eveniment	2 ore	prelegerea, explicația,	

		dezbaterea	
Servicii și programe pentru participanții la un eveniment	2 ore	prelegerea, explicația, dezbaterea	
Protocol și etichetă în organizarea unui eveniment	2 ore	prelegerea, explicația, dezbaterea	
Tipuri de public. Tipuri de organizatori. Relația cu presa online și offline	2 ore	prelegerea, explicația, dezbaterea	
Evaluarea unui eveniment. Noi tendințe în managementul unui eveniment	2 ore	prelegerea, explicația, dezbaterea	
Bibliografie			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Allen Judy, <i>Event Planning: The Ultimate Guide To Successful Meetings, Corporate Events, Fundraising Galas, Conferences, Conventions, Incentives & Other Special Events</i>, 2nd Edition, John Wiley and Sons Inc., New York, 2008. 2. Genadinik, Alex, <i>Event Planning: Management & Marketing For Successful Events</i>, CreateSpace Independent Publishing Platform, California, 2015. 3. https://www.wildapricot.com/articles/how-to-plan-an-event 4. Johnson, Natalie, <i>Event Planning Tips: The Straight Scoop on How to Run an Successful Event</i>, CreateSpace Independent Publishing Platform, California, 2016. 5. Jones, Meegan, <i>Sustainable Event Management: A Practical Guide</i>, Earthscan Publishing, London, 2010. 6. Kimball, Cheryl, <i>Start Your Own Event Planning Business: Your Step-By-Step Guide to Success</i>, Entrepreneur Press, Irvine, 2015. 			
Bibliografie minimală			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Oprea, Dumitru, Alexa, Marius, <i>Managementul evenimentelor</i>, Editura Polirom, București, 2016. 2. https://ttu-ir.tdl.org/bitstream/handle/2346/23287/31295017977934.pdf?sequence=1&isAllowed=y 			

Seminar	Nr. ore	Metode de predare	Observații
Însemnătatea Marii Uniri – România la 100 de ani de la reîntregirea teritoriului	4 ore	Expunerea, dezbaterea, studiul de caz	
Celebrăm România 1918-2018. Modalități de celebrare și implicarea statului în aceste acțiuni.	4 ore	Expunerea, conversația euristică, studiul de caz, activitatea individuală, activitatea de grup	
Proiectarea și planificarea unui eveniment destinat celebrării Marii Uniri.	4 ore	Activitatea individuală, exercițiul reflexiv, dialogul	
Promovarea unui eveniment Centenar în afara țării. Strategii și tehnici.	4 ore	Dezbaterea, studiul de caz	
Analiza evenimentelor desfășurate în anul 2018 sub egida Centenar.	4 ore	Analiza, studiul de caz, activitatea de grup	
Evenimentul istoric printre adevăruri și mituri.	2 ore	Expunerea, dezbaterea	
Îndrumarea studenților pentru elaborarea proiectului final	2 ore	Conversația euristică, dezbaterea	
Bibliografie			
<ul style="list-style-type: none"> • Bucur, Bogdan, <i>Cartea de aur al Centenarului Marii Uniri</i>, Editura RAO, București, 2017. • Cotîrleț, Paul-Claudiu, <i>Celebrăm România 1918-2018 Caiet de seminar</i>, Editura Paideia, București, 2018. • Pop, Ioan-Aurel, <i>Istoria, adevărul și miturile</i>, Ediția a III a, Editura Școala Ardeleană, Cluj-Napoca, 2018. 			
Bibliografie minimală			
<ul style="list-style-type: none"> • Boia Lucian, <i>În jurul Marii Uniri de la 1918. Națiuni, frontiere, minorități</i>, Editura Humanitas, București, 2018. 			

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

- Conținuturile disciplinei sunt în concordanță cu standardele RNCIS

10. Evaluare

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs		Evaluare orală	70%
10.5. Seminar		Evaluare orală	30%
10.6. Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none">• Rezolvarea a cel puțin unui subiect la examen• Prezentarea temei de seminar• Prezența minimă de 25% la activitățile de curs și 50% la cele de seminar;			

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar
25.09.2024	Conf. univ. dr. Paul-Claudiu Cotîrleț	Conf. univ. dr. Paul-Claudiu Cotîrleț

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament
27.09.2024	Conf. univ. dr. Luminița Drugă

Data aprobării în Consiliul Facultății	Semnătura decanului
27.09.2024	Conf. univ. dr. Brîndușa-Mariana Amălâncei



UNIVERSITATEA „VASILE ALECSANDRI” DIN BACĂU

Facultatea de Litere

Str. Spiru Haret, nr. 8, Bacău, 600114

Tel./ fax ++40-234-588884

www.ub.ro; e-mail: litere@ub.ro



FIȘA DISCIPLINEI

(licență)

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea „Vasile Alecsandri” din Bacău
1.2. Facultatea	de Litere
1.3. Departamentul	Departamentul de limba și literatura română și științe ale comunicării
1.4. Domeniul de studii	Științe sociale / Științe ale comunicării
1.5. Ciclul de studii	Studii universitare de licență
1.6. Programul de studii/calificarea	Comunicare și relații publice
1.7. Forma de învățământ	Învățământ cu frecvență

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Redactarea materialelor de relații publice				
2.2. Titularul activităților de curs	Lector univ. dr. Florinela Floria				
2.3. Titularul activităților de seminar	Lector univ. dr. Florinela Floria				
2.4. Anul de studiu	III	2.5. Semestrul	6	2.6. Tipul de evaluare	E
2.7. Regimul disciplinei	Categorizația formativă a disciplinei DF - fundamentală, DD - în domeniu, DS - de specialitate, DC - complementară				DS
	Categorizația de opționalitate a disciplinei: DI - obligatorie (impusă), DO - opțională (la alegere), DL - facultativă (liber aleasă)				DI

2. Timpul total estimat (ore alocate activităților didactice)

3.1. Număr de ore pe săptămână	4	3.2. Curs	2	3.3. Seminar/Laborator/Proiect	2
3.4. Totalul de ore pe semestru din planul de învățământ	48	3.5. Curs	24	3.6. Seminar/Laborator/Proiect	24

Distribuția fondului de timp pe semestru:	77 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	23
Tutoriat	2
Examinări	2
Alte activități (precizați):	

3.7. Total ore studiu individual	77			
3.8. Total ore pe semestru	48	Procent maxim online:	Curs: 21,42%	Aplicații: 21,42%
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	• participare la curs în regim on line/hibrid/față în față
--------------------------------	--

5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului/proiectului	• participare la seminar în regim on line/hibrid/față în față
---	---

6. Competențe specifice acumulate

6.1. Competențe profesionale	<p>C3 Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în procesul de relații publice</p> <p>C3.2. Tratarea comunicării și a publicului / audienței din perspectiva unor parametri specifici domeniului</p> <p>C4.4. Elaborarea documentației pentru prezentarea unui produs RP</p>
6.2. Competențe transversale	<p>CT3: Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și a adaptării la cerințele pieții muncii</p>

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> Inițierea studenților în mecanismele de organizare și funcționare a comunicării organizaționale cu presa prin redactarea de materiale specifice
7.2. Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> Dezvoltarea capacității de observare a faptelor, de formulare a unei ipoteze de lucru, de argumentare a acesteia Integrarea cunoștințelor asupra comunicării organizaționale în contextul interdisciplinar propus de relația cu media

8. Conținuturi

Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. Rolul și responsabilitatea autorului de texte în cadrul general al activității de PR	2h	Prelegere, prezentări PowerPoint, problematizare, dezbateri	
2. Categoriile de public, canale	2h		
3. Standarde etice în redactarea de materiale de relații publice	2h		
4. Elemente de persuasiune în redactarea materialelor de relații publice	2h	Prelegere, prezentări PowerPoint, problematizare, dezbateri	
5. Cercetarea pentru realizarea de materiale de relații publice	2h		
6. Principii de redactare a materialelor de relații publice: stil și conținut	2h		
7. Redactare de materiale pentru categoriile de public specifice	2h	Prelegere, prezentări PowerPoint, problematizare, dezbateri	
8. Redactarea de materiale pentru media tradiționale și noile media	2h		
9. Redactarea de <i>features</i>	2h		
10. Proiectarea materialelor în funcție de imaginea dorită (comunicare expresivă)	2h	Prelegere, prezentări PowerPoint, problematizare, dezbateri	
11. Proiectarea materialelor din perspectiva referențială (comunicare informativă): broșuri, buletine informative	2h		
12. Proiectarea materialelor din perspectivă pragmatică (comunicare argumentativă)	2h		
Bibliografie			
7. Coman, Cristina, Relațiile publice și mass-media, Iași, Polirom, 2004			

8. David, George, Tehnici de relații publice – comunicarea cu mass-media, Polirom, Iași, 2008
9. Mardare, Gabriel, Floria, Florinela, Redactarea materialelor de relații publice, Bacău, Alma Mater, 2011
10. Newsom, Doug, Haynes, Jim, Redactarea materialelor de relații publice, ediția a doua revăzută și adăugită, Polirom, Iași, 2011
11. Wilcox, Dennis et al, Relații publice. Strategii și tactici, Editura Curtea Veche, București, 2009
Bibliografie minimală
2. Newsom, Doug, Haynes, Jim, Redactarea materialelor de relații publice, ediția a doua revăzută și adăugită, Polirom, Iași, 2011
3. Mardare, Gabriel, Floria, Florinela, <i>Redactarea materialelor de relații publice</i> , Bacău, Alma Mater, 2011

Aplicații (Seminar / laborator / proiect)	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. Autorul de texte pt PR & cercetarea; organizarea biroului de presă	4h	dezbateri, activitate pe echipe, portofolii tematice	
2. Memouri, emailuri, scrisori, propuneri	4h	dezbateri, activitate pe echipe, portofolii tematice	
3. Backgrounders, position papers	4h	dezbateri, activitate pe echipe, portofolii tematice	
4. Features pentru tipar și pentru difuzare prin radio și TV	4h	dezbateri, activitate pe echipe, portofolii tematice	
5. Redactarea materialelor pentru campanii	4h	dezbateri, activitate pe echipe, portofolii tematice	
6. Dosarele de presă pentru media.	2h	dezbateri, activitate pe echipe, portofolii tematice	
7. Discursurile și alte tipuri de prezentare	2h	dezbateri, activitate pe echipe, portofolii tematice	

Bibliografie
1. Coman, Cristina, Relațiile publice și mass-media, Iași, Polirom, 2004
2. David, George, Tehnici de relații publice – comunicarea cu mass-media, Polirom, Iași, 2008
3. Mardare, Gabriel, Floria, Florinela, Redactarea materialelor de relații publice, Bacău, Alma Mater, 2011
4. Newsom, Doug, Haynes, Jim, Redactarea materialelor de relații publice, ediția a doua revăzută și adăugită, Polirom, Iași, 2011
5. Wilcox, Dennis et al, Relații publice. Strategii și tactici, Editura Curtea Veche, București, 2009
Bibliografie minimală
1. Mardare, Gabriel, Floria, Florinela, <i>Redactarea materialelor de relații publice</i> , Bacău, Alma Mater, 2011
2. Newsom, Doug, Carrell, Bob, <i>Redactarea materialelor de relații publice</i> , Iași, Polirom, 2004

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

CONȚINUTURILE DISCIPLINEI SUNT ÎN CONCORDANȚĂ CU STANDARDELE RNCIS

10. Evaluare

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs	Cunoașterea conceptelor și utilizarea acestora pentru redactarea de materiale specifice	Test scris	60%
10.5. Seminar/laborator/proiect	Portofoliu de seminar: realizarea de materiale de PR pentru o organizație	Proiect de seminar	40%
10.6. Standard minim de performanță			
Curs: Rezolvarea a 50% din cerințe Seminar: realizarea portofoliului de seminar			

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar
25.09.2024	Lector univ. dr. Florinela Floria	Lector univ. dr. Florinela Floria

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament
27.09.2024	Conf. univ. dr. Luminița Drugă

Data aprobării în Consiliul Facultății	Semnătura decanului
27.09.2024	Conf. univ. dr. Brîndușa-Mariana Amălânței



UNIVERSITATEA „VASILE ALECSANDRI” DIN BACĂU

Facultatea de Litere

Str. Spiru Haret, nr. 8, Bacău, 600114

Tel./ fax ++40-234-588884

www.ub.ro; e-mail: litere@ub.ro



FIȘA DISCIPLINEI

(licență)

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea „Vasile Alecsandri” din Bacău
1.2. Facultatea	Litere
1.3. Departamentul	Limba și literatura română și științe ale comunicării
1.4. Domeniul de studii	Științe sociale/ Științe ale comunicării
1.5. Ciclul de studii	Licență
1.6. Programul de studii/calificarea	Comunicare și relații publice
1.7. Forma de învățământ	Învățământ cu frecvență

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Managementul relațiilor cu clienții				
2.2. Titularul activităților de curs	Lect. univ. dr. Luminița Iulia Zaiț				
2.3. Titularul activităților de seminar	Lect. univ. dr. Luminița Iulia Zaiț				
2.4. Anul de studiu	III	2.5. Semestrul	6	2.6. Tipul de evaluare	E
2.7. Regimul disciplinei	Categorii formative a disciplinei DF - fundamentală, DD - în domeniu, DS - de specialitate, DC - complementară				DS
	Categorii de opționalitate a disciplinei: DI - obligatorie (impusă), DO - opțională (la alegere), DL - facultativă (liber aleasă)				DI

3. Timpul total estimat (ore alocate activităților didactice)

3.1. Număr de ore pe săptămână	3	3.2. Curs	1	3.3. Seminar/Laborator/Proiect	2
3.4. Totalul de ore pe semestru din planul de învățământ	36	3.5. Curs	12	3.6. Seminar/Laborator/Proiect	24

Distribuția fondului de timp pe semestru:	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	2
Examinări	2
Alte activități (precizați):	

3.7. Total ore studiu individual	64			
3.8. Total ore pe semestru	36	Procent maxim online:	Curs: 21,42%	Aplicații: 21,42%
3.9. Numărul de credite	4			

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	• -
4.2. de competențe	• Competențe profesionale și transversale asigurate de programele de studii din domeniul fundamental Științe sociale/ Științe ale comunicării, conform RNCIS

5. Condiții (acolo unde este cazul)

F 84.07/Ed. 07

5.1. de desfășurare a cursului	• participare la curs în regim on line/hibrid/față în față;
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului/proiectului	• participare la seminar în regim on line/hibrid/față în față

6. Competențe specifice acumulate

6.1. Competențe profesionale	<p>C3 Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în procesul de relații publice C.3.1. Definierea conceptelor, teoriilor, paradigmelor și metodologiilor utilizate în analiza comunicării C.3.2. Tratarea comunicării și a publicului / audienței din perspectiva unor parametri specifici domeniului C.3.3. Utilizarea unor metode de cercetare pentru definirea problemelor de interes public și rezolvarea acestora prin modele de planificare specifice C.3.4. Identificarea și utilizarea unor tehnici și indicatori relevanți pentru monitorizarea și evaluarea proceselor de comunicare C.3.5. Elaborarea unui plan de comunicare eficientă în situații definite de comunicare publică</p> <p>C5 Asistență de specialitate în gestionarea comunicării de criză și/sau în medierea conflictelor de comunicare C.5.1. Utilizarea corectă a principalelor metode, tehnici, tactici și strategii de comunicare și/sau mediere C.5.3. Utilizarea strategiilor și metodelor de comunicare în gestionarea situațiilor de criză și/sau mediere C.5.5. Elaborarea unui plan de comunicare de criză și/sau mediere a unui conflict de comunicare</p>
6.2. Competențe transversale	<p>CT2: Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice</p>

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	După parcurgerea acestei discipline studenții vor trebui să cunoască și să înțeleagă dimensiunile conceptului de marketing relațional și posibilitățile de operaționalizare a diferențelor dintre acesta și marketingul tranzacțional.
7.2. Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> • cunoașterea aspectelor esențiale privind fidelizarea, marketingul relațional și managementul relațiilor cu clienții; • cunoașterea diferențelor semnificative dintre orientarea spre client și orientarea spre piață; • cunoașterea fundamentelor aferente marketingului relațional, atât în cadrul piețelor de consum, cât și în cadrul piețelor de afaceri; • cunoașterea secvențelor din structura procesului formării atașamentului față de întreprindere sau marcă; • cunoașterea perspectivelor strategice în demersul de fidelizare a clienților; • cunoașterea instrumentelor utilizate în demersul de fidelizare a clienților; • cunoașterea modalităților de manifestare a obiecțiilor clientului – plângerea și reclamația – și a modalităților optime de rezolvare a acestora; • cunoștințele acumulate vor fi utilizate în elaborarea proiectului de semestru, precum și în activitatea practică viitoare.

8. Conținuturi

Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
<p>Capitolul 1. Evoluția conceptului de marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • Momente cheie în apariția și dezvoltarea marketingului • Definiții ale conceptului de marketing: o analiză a teoretizărilor oferite în secolul XX și începutul secolului XXI • Asimilarea și operaționalizarea conceptului de marketing în practică 	2	Prelegere Comunicarea interactivă	1 prelegere

<p>Capitolul 2. Orientarea către piață/client – o soluție pertinentă în demersul de reevaluare a marketingului tradițional</p> <ul style="list-style-type: none"> • Orientarea către piață versus orientarea către client: diferențe și similitudini în acțiune • Necesitatea și oportunitatea orientării către piață • Modificări structurale în demersul de orientare către piață a organizațiilor moderne 	2	Prelegere Comunicarea interactivă	2 prelegeri
<p>Capitolul 3. Coordonatele marketingului relațional</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marketingul tranzacțional versus marketingul relațional • Satisfacția clienților • Fidelitatea clienților • Loialitatea clienților • Atașamentul clienților 	2	Prelegere Expunerea magistrală, Comunicarea interactivă	2 prelegeri
<p>Capitolul 4. Marketingul relațional în cadrul piețelor de afaceri între necesitate și realitate</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sinteză a particularităților pieței de afaceri • Marketingul relațional în cadrul piețelor industriale – o nouă paradigmă • Relația pe piața afacerilor: analiza interacțiunii prin intermediul unui model 	2	Prelegere Expunerea magistrală, Comunicarea interactivă	2 prelegeri
<p>Capitolul 5. Managementul relațiilor cu clienții în cadrul piețelor de consum: elaborarea, fundamentarea, implementarea și controlul strategiei de fidelizare</p> <ul style="list-style-type: none"> • Delimitări conceptuale privind managementul relațiilor cu clienții • Importanța strategică a demersului de fidelizare • Demersul de fidelizare: aspecte strategice și operaționale • Componentele strategiei de fidelizare • Indicatori de evaluare a impactului generat de strategiile de fidelizare 	2	Prelegere Expunerea magistrală, Comunicarea interactivă	4 prelegeri
<p>Capitolul 6. Managementul plângerilor și reclamațiilor</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dimensiuni de exprimare a insatisfacției clientului: plângerea și reclamația • Procesul de gestionare a plângerilor și reclamațiilor 	2	Prelegere Expunerea magistrală, Comunicarea interactivă	1 prelegere
Bibliografie			
<ul style="list-style-type: none"> • Audrain, A., F., Evrard, Y., - <i>Satisfaction des consommateurs: precisions conceptuelles</i>, Actes du 17ième congrès international de l'AFM, mai 2001, Deauville, 2001 • Bruhn, M., (2001) – <i>Orientarea spre client. Temelia afacerii de succes</i>, Editura Economică, București • Bruhn, M., - <i>Relationship marketing</i>, Munchen, Vahlen, 2001 • Dufer, J., J.L. Moulins, - <i>La Relation entre la Satisfaction du Consommateur et sa Fidélité à la Marque: Un Examen Critique</i>, Recherche et Applications en Marketing, 4, 2, 21-36, 1989 • Dwyer, F.R., Tanner Jr., J.F., – <i>Business Marketing, Connecting Strategy, Relationship and Learning</i>, Mc-Graw Hill, 2003 • Paas, L., Kuijlen, T., - <i>Towards a general definition of customer relationship management</i>, Journal of Database Marketing and Customer Strategy Management, vol.9, issue 3, 2001, pp. 51-60 • Pop, N. Al., (2005) – <i>Atașamentul clientului față de întreprindere – principal pârghie a marketingului relațional</i>, Marketing – Management. Studii, cercetări, consulting, vol. 1, nr. 85, an XV • Sheth, J.N., Parvatiyar A., - <i>Relationship Marketing in Consumer Markets: Antecedents and Consequences</i>, Journal of the Academy of Marketing Science, vol. 23 (4), pp. 255, 1995 • Webster F.E. Jr, – <i>The Changing Role of Marketing in the Corporation</i>, Journal of Marketing, nr. 56, octombrie 1992, pg 1 • Zaiț L – <i>Managementul relațiilor cu clienții</i>, Editura Alma Mater, Bacău, 2012. 			
Bibliografie minimală			
<ul style="list-style-type: none"> • Zaiț L – <i>Managementul relațiilor cu clienții</i>, Editura Alma Mater, Bacău, 2012. 			

Aplicații (Seminar / laborator / proiect)	Nr. ore	Metode de predare	Observații
Dezbateri: Definiții ale conceptului de marketing: o analiză a teoretizărilor oferite în secolul XX și începutul secolului XXI; Asimilarea și operaționalizarea conceptului de marketing în practică	4	Comunicarea interactivă Exemplificarea	1 seminar
Dezbateri: Orientarea către piață versus orientarea către client: diferențe și similitudini în acțiune; Necesitatea și oportunitatea orientării către piață	4	Comunicarea interactivă Exemplificarea	1 seminar
Dezbateri: Coordonatele marketingului relațional; Marketingul tranzacțional versus marketingul relațional Studiu de caz: diferențierea noțiunilor de satisfacția clienților, fidelitatea clienților, loialitatea clienților, atașamentul clienților	4	Comunicarea interactivă Exemplificarea Studiu de caz	1 seminar
Dezbateri: Marketingul relațional în cadrul piețelor de afaceri; Relația pe piața afacerilor: analiza interacțiunii prin intermediul unui model	4	Comunicarea interactivă Exemplificarea	1 seminar
Dezbateri: Importanța strategică a demersului de fidelizare; Componentele strategiei de fidelizare Aplicație: Indicatori de evaluare a impactului generat de strategiile de fidelizare Studiu de caz: Strategia de fidelizare	4	Comunicarea interactivă Exemplificarea Aplicație Studiu de caz	1 seminar
Dezbateri, Exemplificare: Dimensiuni de exprimare a insatisfacției clientului: plângerea și reclamația Studiu de caz: Procesul de gestionare a plângerilor și reclamațiilor	4	Comunicarea interactivă Exemplificarea Studiu de caz	1 seminar

Bibliografie

- Audrain, A., F., Evrard, Y., - *Satisfaction des consommateurs: precisions conceptuelles*, Actes du 17ièame congrès international de l'AFM, mai 2001, Deauville, 2001
- Bruhn, M., (2001) – *Orientarea spre client. Temelia afacerii de succes*, Editura Economică, București
- Bruhn, M., - *Relationship marketing*, Munchen, Vahlen, 2001
- Dufer, J., J.L. Moulins, - *La Relation entre la Satisfaction du Consommateur et sa Fidélité à la Marque: Un Examen Critique*, Recherche et Applications en Marketing, 4, 2, 21-36, 1989
- Dwyer, F.R., Tanner Jr., J.F., – *Business Marketing, Connecting Strategy, Relationship and Learning*, Mc-Graw Hill, 2003
- Paas, L., Kuijlen, T., - *Towards a general definition of customer relationship management*, Journal of Database Marketing and Customer Strategy Management, vol.9, issue 3, 2001, pp. 51-60
- Pop, N. Al., (2005) – *Atașamentul clientului față de întreprindere – principal pârghie a marketingului relațional*, Marketing – Management. Studii, cercetări, consulting, vol. 1, nr. 85, an XV
- Sheth, J.N., Parvatiyar A., - *Relationship Marketing in Consumer Markets: Antecedents and Consequences*, Journal of the Academy of Marketing Science, vol. 23 (4), pp. 255, 1995
- Webster F.E. Jr, – *The Changing Role of Marketing in the Corporation*, Journal of Marketing, nr. 56, octombrie 1992, pg 1
- Zaiț L – *Managementul relațiilor cu clienții*, Editura Alma Mater, Bacău, 2012.

Bibliografie minimală

- Zaiț L – *Managementul relațiilor cu clienții*, Editura Alma Mater, Bacău, 2012.

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

La întocmirea conținutului disciplinei și a alegerii metodelor de predare/învățare, titularul disciplinei a ținut cont de cerințele minimale de cunoștințe de specialitate, din zona marketing, pe care angajatorii doresc să le găsească la viitorii lor salariați în domeniul Științe sociale/Științe ale comunicării.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs	Rezolvarea unor subiecte de sinteză cu caracter aplicativ, din care să rezulte că studentul și-a însușit și utilizează corect conceptele, metodele, tehnicile și instrumentele specifice disciplinei	Examen: sinteză cu caracter aplicativ și studiu de caz	30 %

10.5. Seminar/laborator/proiect	Realizarea și susținerea proiectului de semestru	Prezentarea proiectului de semestru	70 %
10.6. Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> dovedirea unor cunoștințe și competențe minimale în domeniu, cu îndeplinirea obligațiilor formale; 			
Data completării		Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar
25.09.2024		Lect. univ. dr. Luminița Iulia Zaiț	Lect. univ. dr. Luminița Iulia Zaiț
Data avizării în departament		Semnătura directorului de departament	
27.09.2024		Conf. univ. dr. Luminița Drugă	
Data aprobării în Consiliul Facultății		Semnătura decanului	
27.09.2024		Conf. univ. dr. Brîndușa Mariana Amălâneci	



UNIVERSITATEA „VASILE ALECSANDRI” DIN BACĂU

Facultatea de Litere

Str. Spiru Haret, nr. 8, Bacău, 600114

Tel./ fax ++40-234-588884

www.ub.ro; e-mail: litere@ub.ro



FIȘA DISCIPLINEI

(licență)

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea „Vasile Alecsandri” din Bacău
1.2. Facultatea	de Litere
1.3. Departamentul	LLRSC
1.4. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5. Ciclul de studii	Licență
1.6. Programul de studii/calificarea	Comunicare și relații publice
1.7. Forma de învățământ	IF

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Comunicare și schimbare socială				
2.2. Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Cristina Cîrțiță-Buzoianu				
2.3. Titularul activităților de seminar	Conf. univ. dr. Cristina Cîrțiță-Buzoianu				
2.4. Anul de studiu	III	2.5. Semestrul	6	2.6. Tipul de evaluare	Examen
2.7. Regimul disciplinei	Categoría formativă a disciplinei DF - fundamentală, DD - în domeniu, DS - de specialitate, DC - complementară				DS
	Categoría de opționalitate a disciplinei: DI - obligatorie (impusă), DO - opțională (la alegere), DL - facultativă (liber aleasă)				DI

3. Timpul total estimat (ore alocate activităților didactice)

3.1. Număr de ore pe săptămână	3	3.2. Curs	1	3.3. Seminar/Laborator/Proiect	2
3.4. Totalul de ore pe semestru din planul de învățământ	36	3.5. Curs	12	3.6. Seminar/Laborator/Proiect	24

Distribuția fondului de timp pe semestru:	64 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	2
Examinări	2
Alte activități (precizați):	-

3.7. Total ore studiu individual	64			
3.8. Total ore pe semestru	36	Procent maxim online:	Curs: 21,42%	Aplicații: 21,42%
3.9. 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	• În perioada pandemiei, cursul se va desfășura online pe platforma Microsoft-Teams.
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului/proiectului	• În perioada pandemiei, seminarul se va desfășura online pe platforma Microsoft-Teams.

6. Competențe specifice acumulate

6.1. Competențe profesionale	CI.2. Explicarea conceptuală a situațiilor de comunicare și a problemelor de specialitate din domeniu
6.2. Competențe transversale	CT1: Rezolvarea în mod realist – cu argumentare atât teoretică, cât și practică – a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	• Însușirea cunoștințelor fundamentale din domeniul comunicării sociale în vederea aplicării lor în situații concrete.
7.2. Obiectivele specifice	Să definească majoritatea conceptelor și categoriilor esențiale în domeniul științelor sociale; să cunoască problematica abordată în cadrul acestui domeniu; să cunoască, să înțeleagă și să explice interacțiunea dintre comunicare și schimbarea socială; să explice și să analizeze diferitele tipuri de comportamente care apar și se formează ca urmare a interacțiunii sociale; să formuleze judecăți de valoare argumentate asupra diferitelor situații existente în societate bazate pe influența pe care societatea o exercită asupra individului; să stăpânească limbajul analizei și să își contureze opinii cu privire la influența socială.

8. Conținuturi

Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. Ce este schimbarea socială? Definiții și teorii: A. Comte, E. Durkheim, H. Spencer	1	Prelegere	
2. Realitatea ca proiect social; Globalizare și schimbare socială	1	Problematizare interactivă	
3. Teorii ale acțiunii sociale și teorii ale echilibrului social	1	Problematizare interactivă	
4. Limbaj, comunicare și schimbare socială	1	Prelegere	

5. Conformismul- principala formă de schimbare socială. Obediența sau influența autorităților	1	Prezentare power-point Problematizare interactivă Studiu de caz	
6. Tipuri de solidaritate socială și manifestarea lor în societate	1	Prelegere Studiu de caz	
7. Tipuri de schimbări sociale: evoluție, revoluție, progres, regres	1	Problematizare interactivă Studiu de caz	
8. Influența socială și formele ei de manifestare: persuadare, convingere, manipulare, minciună	1	Problematizare interactivă Studiu de caz	
9. Credințe și convingeri în atitudinea față de schimbarea socială. Schimbarea și dezvoltarea organizațională	1	Prelegere Studiu de caz Problematizare interactivă	
10. Dilemele sociale: presiunea socială, de la interesul personal la interesul colectiv	1	Prelegere	
11. Spațiul public: cadrul definitoriu al comunicării și schimbării sociale	1	Problematizare interactivă	
12. Comunicarea în spațiul public românesc	2	Prezentare power-point	

Bibliografie

- Bogathy, Zoltan, *Manual de psihologia muncii și organizațională*, Editura Polirom, Iași, 2004.
- Cabin, Philippe, Dortier, Jean-Francois, *Comunicarea*, Editura Polirom, Iași, 2010.
- Flichy, Patrice, *O istorie a comunicării moderne. Spațiu public și viață privată*, Editura Polirom, Iași, 1999.
- Huntigton, Samuel, *Ordinea politică a societăților în schimbare*, Editura Polirom, Iași, 1999.
- Mucchielli, Alex, *Arta de a influența*, Editura Polirom, Iași, 2002.
- Rouquette, Michel-Louis, *Despre cunoașterea maselor. Eseu de psihologie politică*, Editura Polirom, Iași, 2002.
- Neculau, A. Ferrol, G., *Psihosociologia schimbării*, Editura Polirom, Iași, 1998.

Bibliografie minimală

- Miège, Bernard, *Societatea cucerită de comunicare*, Editura Polirom, Iași, 2000.
- Mucchielli, Alex, *Arta de a influența*, Editura Polirom, Iași, 2002.
- Neculau, A. Ferrol, G., *Psihosociologia schimbării*, Editura Polirom, Iași, 1998.

Aplicații (Seminar / laborator / proiect)	Nr. ore	Metode de predare	Observații
Toleranță și intoleranță în societățile contemporane	4	Prezentare power-point Studiu de caz	
Obediența și manifestarea ei în cadrul grupurilor	4	Prezentare power-point Studiu de caz	
Principalii factori care contribuie la schimbarea de atitudine	4	Prezentare power-point Studiu de caz	
Solidaritatea socială între mit și realitate. Schimbare socială și cultura politică	4	Prezentare power-point Studiu de caz	
Indiferența manifestată în situațiile cotidiene	4	Prezentare power-point Studiu de caz	
Modelarea personalității prin observarea televiziunii	4	Prezentare power-	

		point Studiu de caz	
Bibliografie			
<ul style="list-style-type: none"> Almond, G. și Sidney Verba, <i>Cultura civică</i>, DU Style, București, 1996. Dominick, Joseph R., <i>Ipostazele comunicării de masă</i>, Comunicare.ro, București, 2009. Kapferrer, Jean-Noël, <i>Căile persuasiunii. Modul de influențare a comportamentului prin mass-media și publicitate</i>, Comunicare.ro, București, 2002. Miège, Bernard, <i>Societatea cucerită de comunicare</i>, Editura Polirom, Iași, 2000. Mucchielli, Alex, <i>Arta de a influența</i>, Editura Polirom, Iași, 2002. 			
Bibliografie minimală			
<ul style="list-style-type: none"> Boncu, Ștefan, <i>Psihologia influenței sociale</i>, Editura Polirom, Iași, 2002. Mucchielli, Alex, <i>Arta de a influența</i>, Editura Polirom, Iași, 2002. Voicu, Bogdan, Rusu, Hortiu, Popa, Adela Elena (ed.), <i>Este România altfel? Societatea și sociologia ... încotro?</i>, Editura Universității „Lucian Blaga”, Sibiu, 2015. 			

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

- CONȚINUTURILE DISCIPLINEI SUNT ÎN CONCORDANȚĂ CU STANDARDELE RNCIS.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs	Realizare unui proiect din tematică	oral	50%
10.5. Seminar/laborator/proiect	Prezentarea temelor de la seminar	oral	50%
10.6. Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> să obțină nota 5 la evaluarea de la curs și seminar, respectiv să dovedească însușirea minimă a materiei parcurse (noțiuni de bază); 			

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar
26.09.2024	Conf. univ. dr. Cristina Cîrțiță-Buzoianu	Conf. univ. dr. Cristina Cîrțiță-Buzoianu

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament
27.09.2024	Conf. univ. dr. Luminița Drugă

Data aprobării în Consiliul Facultății	Semnătura decanului
27.09.2024	Conf. univ. dr. Brîndușa-Mariana Amănancei



UNIVERSITATEA „VASILE ALECSANDRI” DIN BACĂU

Facultatea de Litere

Str. Spiru Haret, nr. 8, Bacău, 600114

Tel./ fax ++40-234-588884

www.ub.ro; e-mail: litere@ub.ro



FIȘA DISCIPLINEI (licență)

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA „VASILE ALECSANDRI” DIN BACĂU
1.2. Facultatea	Facultatea de Litere
1.3. Departamentul	Limba și literatura română și științe ale comunicării
1.4. Domeniul de studii	Științe sociale/ Științe ale comunicării
1.5. Ciclul de studii	Studii universitare de licență
1.6. Programul de studii/calificarea	Comunicare și relații publice
1.7. Forma de învățământ	Învățământ cu frecvență

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	ANTREPRENORIAL				
2.2. Titularul activităților de curs	Prof. dr. ing. Valentin ZICHIL				
2.3. Titularul activităților de seminar					
2.4. Anul de studiu	III	2.5. Semestrul	6	2.6. Tipul de evaluare	C
2.7. Regimul disciplinei	Categorია formativă a disciplinei DF - fundamentală, DD - în domeniu, DS - de specialitate, DC - complementară				DS
	Categorია de opționalitate a disciplinei: DI - obligatorie (impusă), DO - opțională (la alegere), DL - facultativă (liber aleasă)				DI

3. Timpul total estimat (ore alocate activităților didactice)

3.1. Număr de ore pe săptămână	1	3.2. Curs	1	3.3. Seminar/Laborator/Proiect	-
3.4. Totalul de ore pe semestru din planul de învățământ	12	3.5. Curs	12	3.6. Seminar/Laborator/Proiect	-

Distribuția fondului de timp pe semestru:	38 ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	12
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	10
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	10
Tutoriat	2
Examinări	2
Alte activități (precizați):	

3.7. Total ore studiu individual	38			
3.8. Total ore pe semestru	12	Procent maxim online:	Curs: 21,42%	Aplicații: 21,42%
3.9. Numărul de credite	2			

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	•
4.2. de competențe	•

5. Condiții (acolo unde este cazul)

F 84.07/Ed. 07

5.1. de desfășurare a cursului	• participare la curs în regim on line/hibrid/față în față;
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului/proiectului	• participare la seminar în regim on line/hibrid/față în față

6. Competențe specifice acumulate

6.1. Competențe profesionale	•
6.2. Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> • CT1 Utilizarea componentelor domeniului limbi și literaturi în concordanță cu etica profesională • CT3 Organizarea unui proiect individual de formare continuă; îndeplinirea obiectivelor de formare prin activități de informare, prin proiecte în echipă și prin participarea la programe instituționale de dezvoltare personală și profesională

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> • - Familiarizarea studenților cu noțiunilor de bază ale disciplinei Antreprenoriat, necesare în înțelegerea fenomenelor care stau la baza unei afaceri în general, cu identificarea aspectelor din mediul de afaceri
7.2. Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> - Adaptarea cunoștințelor, tehnicilor și metodelor, dobândite pe parcursul anilor anteriori de către studenți la specificul disciplinei, cu aprofundarea principalelor teorii și concepte. - Formarea abilității studenților ca întreprinzători, conștientizarea rolului acestora în economia de piață. - Completarea cunoștințelor acumulate cu un ansamblu de metode și tehnici conceput în lumina cerințelor economiei de piață, în scopul aplicării politicilor în domeniul antreprenoriatului și fundamentarea planurilor de afaceri. - Dezvoltarea competențelor antreprenoriale și promovarea afacerilor în mediul economic.

8. Conținuturi

Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
Antreprenoriatul, Definiții, terminologie, Caracteristici, Abordări microeconomice și macroeconomice	1	Prelegere	prelegere
Antreprenoriatul rural, antreprenoriatul agricol, Noțiuni de bază, termeni specifici, Caracteristicile din mediul rural, Abordarea comprehensivă	2	Prelegere	prelegere
Politici în domeniul antreprenoriatului	2	Prelegere	prelegere
Formarea unei culturi a antreprenoriatului	1	Prelegere	prelegere
Tipologia afacerilor	1	Prelegere	prelegere
Incubarea, conducerea și lichidarea afacerilor	1	Prelegere	prelegere
Cumpărarea, vânzarea, franciza în afaceri	1	Prelegere	prelegere
Planul de afaceri	1	Prelegere	prelegere
Etica în activitatea de antreprenoriat	1	Prelegere	prelegere
Responsabilitatea antreprenorului	1	Prelegere	1 prelegere
Bibliografie			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Toma S. G. (2007), Bazele economiei întreprinderii, București: Ed. ASE 2. Osborne A. E., Luecke R. (2005), Entrepreneur's Toolkit. Tools and Techniques to Launch and Grow Your New Business, Boston: Harvard Business School Press, 3. Văduva S. (2004), Antreprenoriatul, București: Ed. Economică 4. Bridge S., O'Neil K., Cromie S. (2003), Understanding Enterprise, Entrepreneurship and Small Business, New York: Palgrave, Macmillan 5. Hisrich R. D., Peters M. P. (2002), Entrepreneurship, Boston: McGraw-Hill 6. Sasu C. (2001), Inițierea și dezvoltarea afacerilor, Iași: Polirom 7. Nedeff V. 1998 – Procedee și tehnici de protecție a mediului în agricultură și industria alimentară, Ed. Tehnică 			

Chișinău;			
Aplicații (Seminar / laborator / proiect)	Nr. ore	Metode de predare	Observații
Bibliografie			

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

- Titularul disciplinei au organizat o întâlnire cu: membrii CIER

10. Evaluare

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs	Participarea activă la curs	Evaluare orală, caiet de prezență	40%
		Prezentare plan afaceri	60%
10.5. Seminar/laborator/proiect			
10.6. Standard minim de performanță			
Prezentarea la minimum 60% din activitățile de curs; predarea planului de afaceri.			

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar
25.09.2024	Prof. dr. ing. Valentin ZICHIL	

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament
27.09.2024	Conf. univ. dr. Luminița Drugă

Data aprobării în Consiliul Facultății	Semnătura decanului
27.09.2024	Conf. univ. dr. Brîndușa-Mariana Amălancei



UNIVERSITATEA „VASILE ALECSANDRI” DIN BACĂU

Facultatea de Litere

Str. Spiru Haret, nr. 8, Bacău, 600114

Tel./ fax ++40-234-588884

www.ub.ro; e-mail: litere@ub.ro



FIȘA DISCIPLINEI (licență)

11. Date despre program

1.8. Instituția de învățământ superior	Universitatea „Vasile Alecsandri” din Bacău
1.9. Facultatea	de Litere
1.10. Departamentul	Limba și literatura română și științe ale comunicării
1.11. Domeniul de studii	Științe sociale/ Științe ale comunicării
1.12. Ciclul de studii	Studii universitare de licență
1.13. Programul de studii/calificarea	Comunicare și relații publice
1.14. Forma de învățământ	Învățământ cu frecvență

12. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Siguranța și protecția utilizatorilor în mediul digital				
2.2. Titularul activităților de curs	Lect. univ. dr. Iulian Furdu				
2.3. Titularul activităților de seminar	Lect. univ. dr. Iulian Furdu				
2.4. Anul de studiu	III	2.5. Semestrul	6	2.6. Tipul de evaluare	C
2.7. Regimul disciplinei	Categorია formativă a disciplinei DF - fundamentală, DD - în domeniu, DS - de specialitate, DC - complementară				DC
	Categorია de opționalitate a disciplinei: DI - obligatorie (impusă), DO - opțională (la alegere), DL - facultativă (liber aleasă)				DI

13. Timpul total estimat (ore alocate activităților didactice)

3.1. Număr de ore pe săptămână	1	3.2. Curs	1	3.3. Seminar	
3.4. Totalul de ore pe semestru din planul de învățământ	12	3.5. Curs	12	3.6. Seminar	

Distribuția fondului de timp pe semestru:	13 ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	5
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	2
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	4
Tutoriat	
Examinări	2
Alte activități (precizați):	

3.7. Total ore studiu individual	13			
3.8. Total ore pe semestru	12	Procent maxim online:	Curs: 21,42%	Aplicații: 21,42%
3.9. Numărul de credite	1			

14. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	
4.2. de competențe	•

15. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	• participare la curs în regim on line/hibrid/față în față;
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului/proiectului	

16. Competențe specifice acumulate

6.1. Competențe profesionale	
6.2. Competențe transversale	CT1. Utilizarea componentelor domeniului Științe ale comunicării în deplină concordanță cu etica profesională

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Cunoasterea principalelor tehnici/metode de asigurare a siguranței în mediul online. Cunoasterea legislației europene și naționale în domeniul siguranței și protecției persoanei și datelor în mediul online
7.2. Obiectivele specifice	Dobândirea abilităților de recunoaștere a amenințărilor existente în mediul online și formarea abilităților de contracarare și acțiune profilactică în ce privește siguranța și protecția datelor.

18. Conținuturi

Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. Concepte fundamentale: siguranța, securitate, protecție în mediul digital	2	prelegere, discuții	
2. Identitatea digitală	2	prelegere, discuții	
3. Protecția sistemelor de calcul	2	prelegere, discuții	
4. Tipuri de amenințări și măsuri de protecție a datelor	2	prelegere, discuții	
5. Norme pentru protecția datelor personale GDPR	2	prelegere, discuții	
6. Prevenirea și combaterea criminalității informatice	2	prelegere, discuții	
Bibliografie			
8. https://support.microsoft.com/ro-ro/office/p%20C4%83stra%20C8%9Bi-v%20C4%83-siguran%C8%9Ba-onlinece495131-eb83-4dc7-acea-6304a220372e ,			
9. https://gdprinfo.eu/ro ,			
10. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-58509-3_20			
Bibliografie minimală			
1. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-58509-3_20			

Seminar	Nr. ore	Metode de predare	Observații
Bibliografie			
Bibliografie minimală			

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

Conținuturile disciplinei sunt în concordanță cu standardele RNCIS.

20. Evaluare

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs	Cunoașterea terminologiei utilizate, Capacitatea de utilizare adecvată a noțiunilor. Însușirea problematicei tratate la curs. Prezentare portofoliu	Colocviu – evaluare referat	100%
10.5. Seminar			
10.6. Standard minim de performanță			
- minim o interventie activa la curs - elaborare referat			

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar
25.09.2024	Lect. univ. dr. Iulian Furdu	Lect. univ. dr. Iulian Furdu

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament
27.09.2024	Conf. univ.dr. Luminița Drugă

Data aprobării în Consiliul Facultății	Semnătura decanului
27.09.2024	Conf. univ. dr. Brîndușa-Mariana Amălâneci



UNIVERSITATEA „VASILE ALECSANDRI” DIN BACĂU

Facultatea de Litere

Str. Spiru Haret, nr. 8, Bacău, 600114

Tel./ fax ++40-234-588884

www.ub.ro; e-mail: litere@ub.ro



FIȘA DISCIPLINEI

(licență)

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea „Vasile Alecsandri” din Bacău
1.2. Facultatea	Litere
1.3. Departamentul	Limba și literatura română și științe ale comunicării
1.4. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5. Ciclul de studii	Licență
1.6. Programul de studii/calificarea	Comunicare și relații publice
1.7. Forma de învățământ	Învățământ cu frecvență

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Comunicarea nonverbală în spațiul public				
2.2. Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Brîndușa-Mariana AMĂLĂNCEI				
2.3. Titularul activităților de seminar	Conf. univ. dr. Brîndușa-Mariana AMĂLĂNCEI				
2.4. Anul de studiu	III	2.5. Semestrul	6	2.6. Tipul de evaluare	C
2.7. Regimul disciplinei	Categoría formativă a disciplinei				DS
	DF - fundamentală, DD - în domeniu, DS - de specialitate, DC - complementară				
2.7. Regimul disciplinei	Categoría de opționalitate a disciplinei:				DO
	DI - obligatorie (impusă), DO - opțională (la alegere), DL - facultativă (liber aleasă)				

3. Timpul total estimat (ore alocate activităților didactice)

3.1. Număr de ore pe săptămână	2	3.2. Curs	1	3.3. Seminar/Laborator/Proiect	2
3.4. Totalul de ore pe semestru din planul de învățământ	36	3.5. Curs	12	3.6. Seminar/Laborator/Proiect	24

Distribuția fondului de timp pe semestru:	ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	15
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	10
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	10
Tutoriat	2
Examinări	2
Alte activități (precizați):	

3.7. Total ore studiu individual	39			
3.8. Total ore pe semestru	36	Procent maxim online:	Curs: 21,42%	Aplicații: 21,42%
3.9. 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/proiectului	•

6. Competențe specifice acumulate

6.1. Competențe profesionale	Oferă consiliere în ceea ce privește imaginea publică; utilizează diferite canale de comunicare; face prezentări publice; dezvoltă strategii de comunicare; desfășoară activități de relații publice; pregătește materiale de prezentare; organizează conferințe de presă; oferă interviuri mass-mediei; gestionează relațiile cu părțile interesate; creează materiale de promovare
6.2. Competențe transversale	Se adaptează la schimbare; moderează discuții; respectă diversitatea valorilor și a normelor culturale; lucrează în echipe; face față stresului; se exprimă într-un mod creativ; apreciază diversitatea expresiilor culturale și artistice; gândește în mod inovator; gândește în mod creativ

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none">Tratarea comunicării și a publicului/ audienței din perspectiva unor parametri specifici domeniului
7.2. Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none">Înșușirea problematicii disciplinei;Înțelegerea comunicării nonverbale prin raportare la context;Deprinderea studenților de a analiza critic comunicarea nonverbală.

8. Conținuturi

Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
Structura și funcțiile comunicării nonverbale	2 ore	expunerea problematizată, explicația, conversația euristică	
Kinezica. Proxemica. Artefactele	2 ore		
Expresiile faciale. Oculezica	2 ore		
Haptica. Paralimbajul. Olfactica. Cronemica	2 ore		
Gesturile și postura	2 ore		
Metode de cercetare ale comunicării nonverbale	2 ore		
Bibliografie			
Bremmer, J., Roodenburg, H., ed., <i>O istorie culturală a gesturilor. Din antichitate și până în zilele noastre. 31 ilustrații</i> , București, Polimark, 2000			
Chelcea, S., Ivan, L., Chelcea, A., <i>Comunicarea nonverbală: gesturile și postura</i> , București, Comunicare.ro, 2005			
Knapp, Mark L., Hall, Judith A., <i>Nonverbal Communication in Human Interaction</i> , Wadsworth Cengage Learning, 2010, 2007			
Messinger, J., <i>Gesturile care îi trădează pe politicieni</i> , București, Editura Litera, 2012			
Messinger, J., Messinger, C., <i>Cartea gesturilor. O gramatică gestuală completă, explicată și ilustrată</i> , București, Editura ALL, 2013/2014			
Pease, A., <i>Limba trupului. Cum pot fi citite gândurile altora din gesturile lor. 182 ilustrații</i> , București, Editura POLIMARK, 2002			
Pease, A., Pease, B., <i>Enciclopedia limbajului trupului</i> , București, Editura POLIMARK, 2008			
Quintilian, <i>Arta oratorică</i> , III, București, Editura Minerva, 1974			
Bibliografie minimală			
Chelcea, S., Ivan, L., Chelcea, A., <i>Comunicarea nonverbală: gesturile și postura</i> , București, Comunicare.ro, 2005			

Pease, A., *Limbajul trupului. Cum pot fi citite gândurile altora din gesturile lor. 182 ilustrații*, București, Editura POLIMARK, 2002

Webografie

Chelcea, Septimiu, Ivan, Loredana, Chelcea, Adina (2005), *Comunicarea nonverbală: gesturile și postura*

https://www.academia.edu/9304247/Comunicare_nonverbala

Collett, Peter (2005), *Cartea gesturilor. Cum putem citi gândurile oamenilor din acțiunile lor*

https://www.academia.edu/37913135/Cartea_gesturilor

Pease, Allan (1997), *Limbajul trupului. Cum pot fi citite gândurile altora din gesturile lor*

https://www.academia.edu/10973644/Limbajul_trupului_Allan_Pease

Seminar	Nr. ore	Metode de predare	Observații
Verbal și nonverbal în comunicarea interpersonală	4 ore	discuția, observația dirijată, observația independentă, explicația, studiul de caz	
Comunicarea nonverbală în afaceri	2 ore		
Comunicarea nonverbală în artă	2 ore		
Comunicarea nonverbală în teatru	2 ore		
Comunicarea nonverbală în filmele mute	2 ore		
Comunicarea nonverbală în publicitate	2 ore		
Comunicarea nonverbală în politică	2 ore		
Comunicarea nonverbală în emisiunile tv	4 ore		
Valențe culturale ale comunicării nonverbale	2 ore		
Utilizarea eficientă a comunicării nonverbale în discursurile publice	2 ore		

Bibliografie

Ekman, P., *Emoții date pe față. Cum să citim sentimentele de pe chipul uman*, București, Editura Trei, 2011

Ekman, P., *Minciunile adulților. Indicii ale înșelătoriei în căsnicie, afaceri și politică*, București, Editura Trei, 2011

Goffman, E., *Viața cotidiană ca spectacol*, București, comunicare.ro, 2007

Ivan, L., *Cele mai importante 20 de secunde. Competența în comunicarea nonverbală*, București, Editura Tritonic, 2009

Morris, D., *Le langage des gestes. Un guide international*, Paris, Marabout, 2005

Sălăvăstru, C-tin, *Mic tratat de oratorie*, Iași, Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza”, 2006

Bibliografie minimală

Goffman, E., *Viața cotidiană ca spectacol*, București, comunicare.ro, 2007

Ivan, L., *Cele mai importante 20 de secunde. Competența în comunicarea nonverbală*, București, Editura Tritonic, 2009

Webografie

Ivan, L. (2009), *Cele mai importante 20 de secunde. Competența în comunicarea nonverbală*

https://www.academia.edu/3753895/Cele_mai_importante_20_de_secunde

Goffman, E. (2007), *Viața cotidiană ca spectacol*

https://www.academia.edu/19645563/111830055_Goffman_E_Viața_cotidiană_ca_spectacol_pdf?auto=download

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

- Conținuturile disciplinei sunt în concordanță cu standardele RNCIS

10. Evaluare

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs	- evaluare formativă și sumativă; - definirea și utilizarea corectă a conceptelor în domeniul comunicării nonverbale	Colocviu	25%
10.5. Seminar/laborator/proiect	- prezentarea și redactarea analizei comunicării nonverbale într-un context la alegere; - contribuția la dezbaterile pe marginea analizelor prezentate	Verificare orală	75%

10.6. Standard minim de performanță

- Îndeplinirea criteriilor de evaluare în procent de 45% din punctajul final

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar
26.09.2024	Conf. univ. dr. Brîndușa-Mariana Amălancei	Conf. univ. dr. Brîndușa-Mariana Amălancei

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament
27.09.2024	Conf. univ. dr. Luminița Drugă

Data aprobării în Consiliul Facultății	Semnătura decanului
27.09.2024	Conf. univ. dr. Brîndușa-Mariana Amălancei



UNIVERSITATEA „VASILE ALECSANDRI” DIN BACĂU

Facultatea de Litere

Str. Spiru Haret, nr. 8, Bacău, 600114

Tel./ fax ++40-234-588884

www.ub.ro; e-mail: litere@ub.ro



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea „Vasile Alecsandri” din Bacău
1.2. Facultatea	De Litere
1.3. Departamentul	De Limba și Literatura Română și Științe ale Comunicării
1.4. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5. Ciclul de studii	Licență
1.6. Programul de studii/calificarea	Comunicare și relații publice
1.7. Forma de învățământ	Învățământ cu frecvență

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Marketing				
2.2. Titularul activităților de curs	Conf.univ.dr. Diana Magdalena Prihoancă				
2.3. Titularul activităților de seminar	Lector univ.dr. Ioana Olariu				
2.4. Anul de studiu	I	2.5. Semestrul	6	2.6. Tipul de evaluare	E
2.7. Regimul disciplinei	Categorii formative a disciplinei DF - fundamentală, DD - în domeniu, DS - de specialitate, DC - complementară				DS
	Categorii de opționalitate a disciplinei: DI - obligatorie (impusă), DO - opțională (la alegere), DL - facultativă (liber aleasă)				DO

3. Timpul total estimat (ore alocate activităților didactice)

3.1. Număr de ore pe săptămână	3	3.2. Curs	2	3.3. Seminar/Laborator/Proiect	1
3.4. Totalul de ore pe semestru din planul de învățământ	36	3.5. Curs	24	3.6. Seminar/Laborator/Proiect	12

Distribuția fondului de timp pe semestru:	ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	10
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	10
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	10
Tutoriat	7
Examinări	2
Alte activități (precizați):	

3.7. Total ore studiu individual	39			
3.8. Total ore pe semestru	36	Procent maxim online:	Curs: 21,42%	Aplicații: 21,42%
3.9. 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	<ul style="list-style-type: none"> participare la curs în regim on line/hibrid/față în față;
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului/proiectului	<ul style="list-style-type: none"> participare la seminar în regim on line/hibrid/față în față

6. Competențe specifice acumulate

6.1. Competențe profesionale	<p>C5 Asistență de specialitate în gestionarea comunicării de criză și/sau în medierea conflictelor de comunicare</p> <p>C5.5. Elaborarea unui plan de comunicare de criză și/sau mediere a unui conflict de comunicare</p>
6.2. Competențe transversale	-

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> formarea capacității de analiză a aspectelor de marketing din practica organizațională, respectiv de corelare a aspectelor teoretice cu cele identificate în practică.
7.2. Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> să înțeleagă marketingul ca știință, artă, filosofie, sistem de gândire și sistem de acțiune; să înțeleagă mixul de marketing și să poată operaționaliza cunoștințele referitoare la politicile și strategiile aferente fiecărei variabile.

8. Conținuturi

Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
Marketingul în societate și în economie <ul style="list-style-type: none"> Apariția și evoluția marketingului Conceptul de marketing și funcțiile acestuia Importanța marketingului în economie Importanța marketingului la nivel de firmă (organizație); 	2	Prelegere	-
Mediul de marketing al întreprinderii <ul style="list-style-type: none"> Mediul de marketing extern Mediul de marketing intern Piața în viziune de marketing 	2	Prelegere Exemplificarea Comunicarea interactivă Problematizarea	-
Politica și strategia de marketing <ul style="list-style-type: none"> Politica, strategia și planul de marketing Strategia de piață Mixul de marketing 	4	Prelegere Exemplificarea Comunicarea interactivă Problematizarea	-
Politica de produs <ul style="list-style-type: none"> Atribuții și domenii decizionale în politica de produs Semnificații ale produsului în optica de marketing Gama de produse Analiza procesului inovațional privind produsul; 	4	Prelegere Exemplificarea Comunicarea interactivă Problematizarea	-

<ul style="list-style-type: none"> • Lansarea pe piață a produselor noi • Alternative strategice în politica de produs. 			
Politica de preț <ul style="list-style-type: none"> • Costuri și prețuri de marketing • Prețul – instrument de marketing • Strategia de preț și politica prețurilor 	4	Prelegere Exemplificarea Comunicarea interactivă Problematizarea	-
Politica de distribuție <ul style="list-style-type: none"> • Conținutul și rolul distribuției • Canale de marketing • Sistemul logistic • Strategia de distribuție • Operaționalizarea strategiei 	4	Prelegere Exemplificarea Comunicarea interactivă Problematizarea	-
Politica promoțională <ul style="list-style-type: none"> • Sistemul de comunicare al întreprinderii moderne și activitatea promoțională • Structura activității promoționale • Strategii promoționale • Operaționalizarea politicii promoționale 	2	Prelegere Exemplificarea Comunicarea interactivă Problematizarea	-
Managementul marketingului <ul style="list-style-type: none"> • Cadrul general de abordare a organizării activității de marketing • Locul activității de marketing în structura organizatorică a întreprinderii • Atribuțiile și sistemul de relații ale compartimentului de marketing • Structura internă a compartimentului de marketing • Personalul compartimentului de marketing 	2	Prelegere Exemplificarea Comunicarea interactivă Problematizarea	-
Bibliografie			
<ul style="list-style-type: none"> • Balaure, Virgil (coord) – <i>Marketing</i>, Ed. Uranus, Bucuresti, 2000 (Ed. I), 2002 (Ed. II); • Kotler, Philip - <i>Principiile marketingului</i>, Ed. Teora, Bucuresti, 1999; • Kotler, Philip - <i>Managementul marketingului</i>, Ed. Teora, Bucuresti, 1997; • Florescu, Constantin (coord.) – <i>Marketing</i>, Ed. Marketer, București, 1992; • Prihoancă, D – <i>Marketing. Suport de curs ID</i>, Ed. Alma Mater, 2015. 			
Bibliografie minimală			
<ul style="list-style-type: none"> • Balaure, Virgil (coord) – <i>Marketing</i>, Ed. Uranus, Bucuresti, 2000 (Ed. I), 2002 (Ed. II) 			

Aplicații (Seminar / laborator / proiect)	Nr. ore	Metode de predare	Observații
<ul style="list-style-type: none"> • Conceptul de marketing și funcțiile acestui 	1	Dezbateri Exemplificare Studiu de caz	-
<ul style="list-style-type: none"> • Mediul de marketing 	1	Dezbateri Exemplificare Studiu de caz	-
<ul style="list-style-type: none"> • Strategiile de piață 	1	Dezbateri Exemplificare Studiu de caz	-
<ul style="list-style-type: none"> • Gama de produse • Lansarea pe piață a produselor noi 	2	Dezbateri Exemplificare Studiu de caz	-
<ul style="list-style-type: none"> • Aplicarea modelului BCG 	1	Dezbateri Exemplificare Studiu de caz	-
<ul style="list-style-type: none"> • Funcția de marketing a prețului • Strategia de preț și politica prețurilor 	2	Dezbateri Exemplificare Studiu de caz	-
<ul style="list-style-type: none"> • Rolul distribuției • Canalele de marketing și sistemul logistic 	2	Dezbateri Exemplificare Studiu de caz	-
<ul style="list-style-type: none"> • Operaționalizarea strategiei de distribuție 	1	Dezbateri	-

		Exemplificare Studiu de caz	
• Operaționalizarea strategiei promoționale	1	Dezbatere Exemplificare Studiu de caz	-
Bibliografie			
<ul style="list-style-type: none"> Balaure, Virgil (coord) – <i>Marketing</i>, Ed. Uranus, Bucuresti, 2000 (Ed. I), 2002 (Ed. II); Kotler, Philip - <i>Principiile marketingului</i>, Ed. Teora, Bucuresti, 1999; Kotler, Philip - <i>Managementul marketingului</i>, Ed. Teora, Bucuresti, 1997; Florescu, Constantin (coord.) – <i>Marketing</i>, Ed. Marketer, București, 1992; Prihoancă, D – <i>Marketing. Suport de curs ID</i>, Ed. Alma Mater, 2015. 			
Bibliografie minimală			
• Balaure, Virgil (coord) – <i>Marketing</i> , Ed. Uranus, Bucuresti, 2000 (Ed. I), 2002 (Ed. II)			

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

- La întocmirea conținutului disciplinei și a alegerii metodelor de predare/învățare, titularul disciplinei a ținut cont de cerințele minimale de cunoștințe de specialitate pe care angajatorii doresc să le găsească la viitorii lor salariați în domeniul comunicării și a relațiilor publice

10. Evaluare

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs	Rezolvarea unor studii de caz, din care să rezulte că studentul și-a însușit și utilizează corect conceptele, metodele, tehnicile și instrumentele specifice comunicării de marketing.	Examen: Test docimologic / Lucrare scrisă – rezolvarea unor studii de caz sau subiecte de gen analiză de conținut)	60 %
10.5. Seminar/laborator/proiect	Prezență activă la seminar	Prezență activă în cadrul orelor de seminar (participare la studiile de caz, analizele de conținut, jocurile de rol etc.)	20 %
	Realizarea și prezentarea unui proiect individual	Prezentarea proiectului de semestru	20 %
10.6. Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> dovedirea unor cunoștințe și competențe minimale în domeniu, cu îndeplinirea obligațiilor formale; nota obținută la evaluarea finală cu ocazia examenului să fie minim 5. 			

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar
25.09.2024	Conf.univ.dr. Diana Magdalena Prihoancă	Lector univ.dr. Ioana Olariu

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament
27.09.2024	Conf.univ.dr. Luminița Drugă

Data aprobării în Consiliul Facultății	Semnătura decanului
27.09.2024	Conf. univ. dr. Brîndușa-Mariana Amălancei