

Universitatea: „Vasile Alecsandri” din Bacău
Facultatea: de Litere
Profilul/Domeniul: Științe ale comunicării
Specializarea/Programul de studii: Comunicare și relații publice
Forma de învățământ: IF

REZUMATELE FIȘELOR DISCIPLINELOR

Anul de studiu: I
Anul universitar: 2021/2022

I. Disciplina: *Introducere în științele comunicării*

II. Statutul disciplinei: obligatoriu opțional facultativ

III. Precondiții -

IV. Conținutul disciplinei:

1. Comunicarea – o introducere. Definiții, procesul de comunicare, elementele procesului de comunicare
2. Obiectivele comunicării. Postulate ale comunicării umane. Paradigme ale studiului comunicării (I): Școala proces. Școala semiotică
3. Paradigme ale studiului comunicării (II): Școala semiotică. Schimbarea de paradigmă: informație și relație. Școala de la Palo Alto: axiomele comunicării
4. Codurile. Coduri de semnificare. Cod analogic, cod digital. Coduri prezentaționale, coduri reprezentaționale
5. Limbaj și comunicare. Modele ale comunicării lingvistice. Funcțiile limbajului
6. Antropologia comunicării. Etnografia comunicării. Etnometodologia. Interactionismul simbolic. E. Goffman – abordarea dramaturgică a comunicării, riturile interacțiunii
7. Elemente de comunicare interpersonală. Caracteristici. Tipuri de comunicare interpersonală. Fereastra lui Johari
8. Comunicarea ca proces de influență
9. Tehnologii ale informației și ale comunicării
 - a) Relația dintre tehnologie și societate
 - b) Comunicare și universul cotidian
 - c) Noi uzaje și uzanțele sociale în fața provocării lumii virtuale
10. Evoluția tehnică și implicațiile etice. Teoriile funcționaliste în comunicarea de masă.

Seminar

1. Comunicarea – deschideri interdisciplinare. De la observarea realității vorbirii la descrierea științifică a comunicării.
2. Mize ale comunicării în perioada contemporană: comunicarea ca schimb de informație, comunicarea ca relație. Modelul Newcomb. Modelul Westley Mac Lean.
3. Modelele lingvistice în reprezentarea comunicării: Jakobson. Deschideri și limite ale modelului, aplicații.
4. Miza comunicării și construirea contextului: modelul lui Gerbner
5. Limba – un dispozitiv cibernetic? Teoria matematică a informației. Comunicare și influență. Modelul Lasswell. Deschideri și limite, aplicații.
6. Sociosferă, semiosferă, tehnosferă în comunicarea contemporană. Abraham Moles – sociodinamica culturii. Modelul HUB.
7. Teorii ale comunicării de masă – „fluxuri” mediatice, selectivitate informațională. Fluxul comunicării în trepte. Agenda setting, agenda building. Spirala tăcerii.

V. Bibliografia minimală obligatorie

1. Baylon, Christian, Mignot, Xavier, *Comunicarea*, Editura Universității „Al.I.Cuza”, Iași, 2000
2. Borțun, Dumitru, *Bazele epistemice ale comunicării*, Editura Tritonic, București, 2013
<http://snsps.ro/dumitru-bortun-bazele-epistemice-ale-comunicarii/>
3. Cabin, Philippe, Dortier, Jean-François (coord.), *Comunicarea*, Editura Polirom, Iași, 2010
4. Chelcea, Septimiu, Ivan, Loredana, Chelcea, Adina, *Comunicarea nonverbală: gesturile și postura. Cuvintele nu sunt de ajuns*, Editura comunicare.ro, București, 2008
http://elibrary.snsps.ro/wp-content/uploads/2020/03/Comunicarea_nonverbala.pdf
5. Dinu, Mihai, *Comunicarea: repere fundamentale*, Editura Algos, București, 2000
6. Drăgan, Ioan, *Comunicarea – paradigme și teorii*, Editura Rao, București, 2007
7. Fiske, John, *Introducere în științele comunicării*, Editura Polirom, Iași, 2003
8. Marinescu, Valentina, *Introducere în teoria comunicării: principii, modele, aplicații*, Editura Tritonic, București, 2003
9. McQuail, Denis, *Comunicarea*, Institutul European, Iași, 1999
10. McQuail, Denis, Windahl, Swen, *Modele ale comunicării pentru studiul comunicării de masă*, Editura comunicare.ro, București, 2004
11. Mucchielli, Alex, *Arta de a comunica: metode, forme și psihologia situațiilor de comunicare*, Polirom, Iași, 2005
12. Stănciugelu Irina, Tudor, Raluca, Tran, Adriana, Tran, Vasile, *Teoria comunicării*, Editura Tritonic, București, 2014
<http://elibrary.snsps.ro/wp-content/uploads/2020/03/Teoria-comunicarii.pdf>
13. Van Cuilenburg, J. J., Scholten, O., Noomen, G. W., *Știința comunicării*, Editura Humanitas, București, 1998

VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
1	2x14=28	2x14=28	-	-	6

VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor: examen

I. Disciplina: *Introducere în publicitate*

II. Statutul disciplinei: obligatoriu opțional facultativ

III. Precondiții: -

IV. Conținutul disciplinei:

Curs

Tipuri de publicitate. Criterii de clasificare. Cadrul comunicațional publicitar și producerea mesajului. Perceperea procesului de comunicare. Etape în conceperea unei comunicări eficiente. Stabilirea mixului de promovare. Piețele de consum și comportamentul de cumpărare al consumatorului. Un model pentru comportamentul consumatorului. Caracteristici care influențează comportamentul consumatorului. Tipuri de comportament decizional de cumpărare. Procesul decizional al cumpărătorului. Segmentarea și vizarea pieței; poziționarea de piață. Criterii de segmentare a pieței. Poziționarea pentru avantaj concurențial. Strategiile pentru produs, servicii și marcă. Ce este produsul? Clasificări ale produselor și serviciilor. Strategia mărcii – crearea unor mărci puternice. Canalele de distribuție și managementul lanțului ofertei. Lanțurile ofertei și rețeaua de furnizare a valorii. Publicitatea, promovarea vânzărilor și relațiile publice. Stabilirea obiectivelor de publicitate. Conceperea strategiei de publicitate. Evaluarea publicității. Stabilirea obiectivelor de promovare a vânzărilor. Principalele instrumente de promovare a vânzărilor. Rolul și impactul relațiilor publice. Principalele instrumente de relații publice

Seminar

Tehnici de creație publicitară. Sloganurile – tipologii, funcții, idei creative. Text și imagine în publicitatea din presa scrisă. Particularități de structurare a discursului publicitar la radio. Publicitatea TV. Teorii fundamentale și modele globale privitoare la comportamentul consumatorului. Posibilități și limite ale studierii comportamentului consumatorului. Modalități practice de abordare a pieței. Aplicarea rezultatelor studierii pieței. Politica de produs. Atribuții și domenii decizionale în politica de produs. Gama de produse. Conducerea procesului inovației de produs. Lansarea produselor noi pe piață. Alternative strategice în politica de produs. Sistemul de comunicare al organizației moderne și activitatea promoțională. Structura activității promoționale. Strategii promoționale. Operaționalizarea politicii promoționale

V. Bibliografia minimală obligatorie:

1. Balaban, Delia, *Publicitatea. De la planificarea strategică la implementarea media*, Polirom, Iași, 2009
2. Jouve, Michèle, *Comunicarea. Publicitate și relații publice*, Polirom, Iași, 2005
3. Kotler, Ph., *Principiile marketingului*, Ed. Teora, București, 1999
4. Popescu, Costin, *Publicitatea: o estetică a persuasiunii*, Editura Universității din București, București, 2005
5. Preda, Sorin, *Introducere în creativitatea publicitară*, Polirom, Iași, 2011

VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
1	2x14=28	2x14=28	-	-	6

VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor: examen

I. Disciplina: *Comunicare cu presa*

II. Statutul disciplinei: obligatoriu opțional facultativ

III. Precondiții -

IV. Conținutul disciplinei:

1. Comunicarea cu presa în cadrul activității de relații publice
2. Sistemul mass-media – modele de organizare și dominante culturale
3. Contractul media în relațiile publice
4. Biroul de presă și centrul de presă
5. Purtătorul de cuvânt – persoană și instituție (studii de caz)
6. Mecanisme și proceduri de stocare – fișierele de presă
7. Comunicatul de presă
8. Dosarul de presă : funcții, tipologie, utilizare
9. Conferința de presă : punere în scenă și registrele stilistice
10. Revista presei
11. Comunicarea cu presa în situație de criză
12. Voiaje și vizite de presă
13. Gestionarea comunicării cu presa audio-vizuală
14. Comunicarea cu presa și noile tehnologii de comunicare

Seminar

1. Comunicarea cu presa – practică persuasivă

2. Importanța culturii organizaționale în comunicarea cu presa
3. Arhitectura sistemului mass-media
4. Biroul de presă și centrul de presă
5. Fișierele de presă. Intocmirea de fișiere de presă pentru jurnaliști și pentru instituții de presă
6. Comunicate de presă
7. Revista presei
8. Conferința de presă între discurs formal și discurs informal. Simularea unor conferințe de presă
9. Dosarul de presă. Definiții, clasificări, realizarea de dosare de presă pentru un eveniment
10. Comunicarea cu presa în situație de criză. Exemplificări din bibliografie sau din crize recente
11. Voiaje și vizite de presă
12. Pregătirea pentru participarea la emisiuni radio-tv

V. Bibliografia minimală obligatorie

1. Bland, Michael et al., *Relațiile eficiente cu mass-media*, București, Editura comunicare.ro, 2003
2. Coman, Cristina, *Relațiile publice și mass-media*, Polirom, Iași, 2004
3. David, George, *Tehnici de relații publice – comunicarea cu mass-media*, Polirom, Iași, 2008
4. Mardare, Gabriel, Floria, Florinela, *Comunicarea cu presa*, Bacău, Alma Mater, 2011
5. Newsom, Doug, Haynes, Jim, *Redactarea materialelor de relații publice*, ediția a doua revăzută și adăugită, Polirom, Iași, 2011
6. Wilcox, Dennis et al, *Relații publice. Strategii și tactici*, Editura Curtea Veche, București, 2009

VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
1	2x14=28	2x14=28	-	-	6

VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor: *examen*

I. Disciplina: *Inițiere în tehnicile de colectare a informațiilor*

II. Statutul disciplinei: obligatoriu opțional facultativ

III. Precondiții

IV. Conținutul disciplinei:

1. Eveniment, informare, informație
2. Categoriile de surse de informare: surse directe, surse indirecte
3. Metode și tehnici cantitative de colectare a informației
4. Metode și tehnici calitative de colectare a informației - 4 ore
5. Informarea pentru realizarea de materiale de comunicare pentru categorii de public specifice
6. Informarea pentru realizarea de materiale de comunicare pentru scopuri specifice
7. Derive etice ale informării. Dezinformare, manipulare, știri false

V. Bibliografia minimală obligatorie

- Coman, Mihai (coord.), *Manual de jurnalism. Tehnici fundamentale de redactare*, Ed. A 3-a, revizuită, Polirom, Iași, 2009
- Marinescu, Valentina, *Cercetarea în comunicare. Metode și tehnici*, Ed. C.H. Beck, București, 2009
- Iluț, Petru, *Abordarea calitativă a sociumanului*, Polirom, Iași, 1997
- Miège, Bernard, *Informație și comunicare. În căutarea logicii sociale*, Polirom, Iași, 2008
- Newsom, Doug, Haynes, Jim, *Redactarea materialelor de relații publice*, ediția a doua revăzută și adăugită, Polirom, Iași, 2011
- Stănciugelu, Irina, Tudor, Raluca, Tran, Irina, Tran, Vasile, *Teoria comunicării*, Tritonic, București, 2014, <http://aman.ro/betawp/wp-content/uploads/ebook/snsa/Teoria-comunicarii.pdf>

VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

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

VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor: *examen*

I. Disciplina: *Cultură și civilizație românească*

II. Statutul disciplinei: obligatoriu opțional facultativ

III. Precondiții (*precizarea eventualelor cerințe de cunoaștere/promovarea prealabilă a unor alte discipline*)

IV. Conținutul disciplinei:

Curs

1. Conceptul de cultură și civilizație. Relația cultură – civilizație. Șocul cultural. Sinteză și convergență între cultură și civilizație. Cultură și civilizație în gândirea românească. Cultura română între conștiință și istorie. Între Orient și Occident - 2 ore
2. Românii și conștiința Romei. Spiritualitatea geto-dacică. Colonizarea Daciei: mitogeneză și etnogeneză. Creștinarea românilor. Existența culturală ca precedent al existenței politice. Miturile fundamentale ale culturii românești - 2 ore
3. Umanismul artistic al Evului de Mijloc. Umanismul renescentist românesc în context european. Trecerea de la umanismul renescentist la barocul modernizat. Mitul cultural al Basarabilor. Cultura și civilizația moldovenească în epoca lui Ștefan cel Mare și a lui Vasile Lupu. Varlaam și izbânda scrisului românesc. Semnificația culturală și civilizatorică a epocii lui Șerban Cantacuzin și Constantin Brâncoveanu. Nicolaus Olahus - 2 ore
4. Cronicarii. Grigore Ureche și începuturile istoriografiei. Miron Costin – conștiința critică și sentimentul tragic al istoriei. Ion Neculce între estetica oralității și arta prozatorului. Cultura transilvăneană în secolul al XVII-lea. Reforma și ecourile ei culturale. Dimitrie Cantemir. Cărturar și savant de talie europeană și situarea sa în cadrul civilizației continentale - 2 ore
5. Cultura română în secolele al XVIII-lea și al XIX-lea. De la baroc la Iluminism. Școala Ardeleană și formarea conștiinței culturale de sine a românilor transilvăneni. Controverse despre cultură și civilizație în perioada realizării unității statale și a independenței națiunii române. Mihai Eminescu despre cultură și civilizație. Problemele culturii și civilizației în polemica Maiorescu – Gherea. Din istoria teoriei „formelor fără fond”. Spiritul critic în cultura românească în viziunea lui G. Ibrăileanu - 2 ore
6. România modernă în contextul civilizației europene. Contribuții și teorii de filosofia culturii și civilizației în perioada interbelică. Teoria sincronismului cultural a lui E. Lovinescu. Tudor Vianu despre filosofie și cultură. Problema crizei culturii moderne în viziunea unor gânditori din perioada interbelică (Lucian Blaga, Mircea Eliade, Nichifor Crainic, Emil Cioran) - 2 ore
7. România și Europa. Rezistența culturală în timpul comunismului. Cultură oficială și cultură alternativă. Protocronismul. Constantin Noica și modelul cultural european. Postcomunismul cultural. Integrarea și identitatea culturală a României în noua realitate europeană. Civilizația europeană și universală: o nouă perspectivă comparatistă în epoca globalizării - 2 ore

Seminar

1. Conceptul de cultură și civilizație - 4h
2. Românii și conștiința Romei - 4h
3. Umanismul artistic al Evului de Mijloc- 4h
4. Cronicarii - 4h
5. Cultura română în secolele al XVIII-lea și al XIX-lea. De la baroc la Iluminism - 4h

6. România modernă în contextul civilizației europene - 4h
7. România și Europa - 4h

V. Bibliografia minimală obligatorie

Cazacu, Mihai, *Sinteză și originalitate în cultura românească*, Timișoara, Editura Facla, 1990
 Tănase, Alexandru, *O istorie umanistă a culturii române*, vol. I – II, Iași, Editura Moldova, 1995

VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

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

VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor: *examen*

I. Disciplina: *Limba engleză I*

II. Statutul disciplinei: obligatoriu opțional facultativ

III. Precondiții (*precizarea eventualelor cerințe de cunoaștere/promovarea prealabilă a unor alte discipline*)

IV. Conținutul disciplinei:

Curs

1. Initial test – 2 ore
2. Grammar: Present tense simple and continuous - 2 ore
3. Grammar: Past tense simple and continuous – 2 ore
4. Grammar: Present perfect simple and continuous - 2 ore
5. Grammar: Past perfect simple and continuous – 2 ore
6. Grammar: Means of expressing future tense – 2 ore
7. Grammar: Revision – 2 ore

Seminar

1. Speaking/Reading/Listening: Personality types - 2 ore
2. Speaking/Reading/Listening: Exploring personality - 2 ore
3. Speaking/Reading/Listening: Charisma - 2 ore
4. Speaking/Reading/Listening: Personality clash - 2 ore
5. Speaking/Reading/Listening: Tourism and travelling - 2 ore
6. Speaking/Reading/Listening: Explorers - 2 ore
7. Speaking/Reading/Listening: A study trip - 2 ore

V. Bibliografia minimală obligatorie

Galița, Raluca, *An Introduction to English for PR Students*, Bacău, Editura Alma Mater, 2013.
 Michael Vince, *Advanced Language Practice*, Macmillan, 2003.

VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

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

VIII. Procedura de evaluare a cunoștințelor: colocviu; corectitudine în rezolvarea exercițiilor și în exprimarea în limba engleză

I. Disciplina: *Limba franceză I*

II. Statutul disciplinei: obligatoriu opțional facultativ

III. Precondiții: -

IV. Conținutul disciplinei:

Curs

L'entrée en dialogue : salutations, à table, accueillir quelqu'un, au téléphone ; aborder quelqu'un, prendre la parole, interrompre pour ajouter quelque chose, demander de revenir au sujet, etc. La continuation du dialogue : accord, désaccord, ignorance, indécision ; refus, polémique, consensus ; réagir à un incident, porter un jugement sur la mésaventure d'un tiers ; hésitation, encouragement ; évaluation, incompréhension, rappel à l'ordre ; compliments. La sortie du dialogue : marques de clôture, réussite du dialogue, manque du temps, marques rituelles, salutations, vœux, salutations par procuration, rompre ou refuser le dialogue d'une manière plus ou moins polie, etc. Approbation et désaccord : l'accord (accord simple, accord argumenté, accord atténué, accord sollicité, accord conditionné) ; le désaccord (désaccord simple, désaccord argumenté, le contre-argument portant sur la faisabilité d'une proposition ou sur les conséquences d'une proposition). Différents actes de parole concernant la conversation quotidienne ou spécialisée, le débat dialogué : présenter quelqu'un, remercier, formuler une demande, répondre à une demande, exprimer le regret, présenter des excuses, exprimer la satisfaction, demander une explication, exprimer l'opinion, féliciter, faire des compliments, conseiller/déconseiller quelqu'un, persuader/dissuader, etc.

Seminar

Travail étudiant (<https://www.podcastfrancaisfacile.com/dialogue/travail-etudiant-dialogue-fle.html>). Manifestation (<https://www.podcastfrancaisfacile.com/dialogue/manifestation-contre-lausterite.html>). Enquête d'opinion (<https://www.podcastfrancaisfacile.com/dialogue/enquete-dopinion-dialogue-fle-ce-qui-ce-que-ce-dont.html>). Parler politique (<https://www.podcastfrancaisfacile.com/podcast/politique-liberal-vs-socialiste.html>). Changement de poste (<https://www.podcastfrancaisfacile.com/dialogue/donner-son-opinion-dialogue-fle.html>). Fêtes de Noël (<https://www.podcastfrancaisfacile.com/dialogue/noel-dialogue.html>). Grève (<https://www.podcastfrancaisfacile.com/dialogue/manifeste-son-mecontentement-dialogue-fle.html>)

V. Bibliografia minimală obligatorie:

1. BUFFARD, Thérèse, *Franceza tematică*, Editura NICULESCU, București, 2004
2. CHARAUDEAU, Patrick, *Grammaire du sens et de l'expression*, Hachette, Paris, 1992
3. GANCZ, A., FRACHON, M.-C., GANCZ, M., *Ghid român-francez al actelor de vorbire*, Corint, București, 1999
4. GANCZ, A., FRACHON, M.-C., GANCZ, M., *Dicționar francez-român al comunicării*, Corint, București, 1999
5. LESOT, Adeline, *Le Vocabulaire pour tous*, Hatier, Paris, 2013

VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

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

VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor: *Colocviu*

I. Disciplina: *Educație fizică I*

II. Statutul disciplinei: obligatoriu opțional facultativ

III. Precondiții -

IV. Conținutul disciplinei:

1. Menținerea și întărirea sănătății, călirea organismului și dezvoltare fizică armonioasă a organismului cu ajutorul practicării jocurilor sportive (handbal, fotbal, baschet, volei) și a exercițiilor cu caracter athletic desfășurate în aer liber
2. Dezvoltarea deprinderilor, priceperilor motrice și a aptitudinilor psiho-motrice prin intermediul practicării jocurilor sportive (handbal, fotbal, baschet, volei) și a exercițiilor cu caracter athletic desfășurate în aer liber
3. Organizarea, conducerea și arbitrajul unei competiții sportive organizate în timpul liber.

V. Bibliografia minimală obligatorie

1. Acsinte A., *Jocuri și activități dinamice de timp liber*, Ed. Performantica, Iași, 2007;
2. Balint Gh., *Bazele generale ale fotbalului*, Editura Pim, Iași, 2008;
3. Balint Gh., *Jocurile dinamice – o alternativă pentru optimizarea lecției de educație fizică cu teme din fotbal în învățământul gimnazial*, Editura Pim, Iași, 2009;
4. Ciocan V. C., *Baschet – Îndrumar metodic – practic*, Editura Alma Mater, Bacău, 2004;
5. Dobrescu T., *Gimnastica aerobică – o alternativă pentru un nou stil de viață al adolescentelor*, Ed. Pim, Iași 2008;
6. Dobrescu T., *Gimnastica aerobică – strategii pentru optimizarea fitnessului*, Ed. Pim, Iași 2008;
7. Pavel Silviu-Ioan, *Caiet de lucrări practice la facultățile neprofil*, Alma Mater , Bacău, 2007;
8. Șufaru C., *Handbal III*, Editura Pim, Iași, 2006.

VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

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

VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor: *verificare*

Disciplina: *Introducere în sistemul mass-media*

III. Statutul disciplinei: obligatoriu opțional facultativ

III. Precondiții

IV. Conținutul disciplinei:

Curs

1. Societate, cultură, comunicare de masă
 - (a) fapt, informație, știre
 - (b) informația de presă și (re)construcția spațiului social
2. Sistemul mediatic - dimensiuni structurale
 - (a) modele de organizare
 - (b) paradigme funcționale
3. Dimensiunea economică a sistemului mediatic

4. Mass-media și construcția simbolică a realității
5. Opinia publică și comunicarea „de interes general”
6. Informare, dezinformare, fake news
7. Informare vs opinie în discursul jurnalistic
8. Discursul jurnalistic și libertatea de exprimare
9. Tratatul jurnalistic al evenimentului
10. Cultura media
11. Industriile culturale și comunicarea de masă
12. Efectele mass-media
13. New media, social media

Seminar

1. Comunicare și discurs mediatic
2. Comunicarea mediatică – definiții, modele comunicaționale specifice
3. Tipuri de media
4. Presa locală: prospectare cotidian local, orizontul stilistic al micii publicități
5. Genurile presei scrise: informative și de opinie/ persuasive. Reportaj, editorial, știre. Analiză de text.
6. Genuri orale de presă (+ scris): interviu, conferința (de presă)
7. Genuri orale de presă (+ dezbateri): talk-show (politic, social, mixt)
8. Genuri orale de presă (+ spectacol): talk-show monden
9. Televiziunile de nișă
10. Regimurile de presă: juridic și perceptiv
11. CNA și etica / legislație în presă
12. Presa sub lupa societății civile (Agenția română de monitorizare a presei)
13. Noile media
14. Social media

V. Bibliografia minimală obligatorie

1. Balaban, Delia-Cristina, *Comunicare mediatică*, Tritonic, București, 2009
2. Bădău, Horea Mihai, *Tehnici de comunicare în social media*, Polirom, Iași, 2011
https://www.researchgate.net/publication/329879616_Tehnici_de_comunicare_in_Social_Media
3. Bârgăoanu, Alina, *Tirania actualității*, Editura Tritonic, București, 2006
4. Beciu, Camelia, *Comunicare și discurs mediatic*, Editura Comunicare.ro, București, 2009
5. Bertrand, Claude-Jean (coordonator), *O introducere în presa scrisă și vorbită*, Polirom, Iași, 2001 http://old.polirom.ro/resurse/biblio_online/o_introducere_in_presa.pdf
6. Coman, Mihai, *Introducere în sistemul mass-media*, Iași, Polirom, 2004
7. Mardare, Gabriel, *Mediopolis- O introducere în teoriile și practicile comunicării de masă*, EduSoft, Bacău, 2009
8. Petcu, Marian, *Istoria jurnalismului și a publicității în România*, Polirom, Iași, 2007

VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
2	2x14=28	2x14=28	-	-	6

VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor: examen

I. Disciplina: Tehnici de redactare

II. Statutul disciplinei: obligatoriu opțional facultativ

III. Precondiții

IV. Conținutul disciplinei:

Curs

1. Planificarea textului (de la găsirea ideii și până la încadrarea în context); căutarea originalității și evitarea plagiatului 2 ore
2. Retorica titlurilor 2 ore
3. Draftul – redactarea textului pe ciornă: teză, plan, schițarea conținutului (tehnica rețelei); Revizia și forma finală a textului redactat 2 ore
4. Organizarea textului (pe axa temporală, pe axa spațială); perspectiva: de la general la particular și invers, dinafară înăuntru și invers, de sus în jos și invers, de la cunoscut la necunoscut, pro și contra 2 ore
5. Dezvoltarea subiectului: detalieri, exemplificare, comparație, contrast, analogie, cauză–efect, etc. 2 ore
6. Găsirea stilului potrivit: de la structură la exprimare 2 ore
7. Articolul – construcție 2 ore
8. Interviuul – tipologie și principii de construcție 4 ore
9. Construirea argumentației: eseul argumentativ 2 ore
10. Construirea argumentației: eseul pro și contra 2 ore
11. Subiectivitate și obiectivitate; figurile de stil (metafora, comparația, hiperbola, etc.); folosirea/evitarea clișeului 2 ore
12. Tipuri de texte actuale: textul cu conținut IT, reclamele, articolul/reportajul/comentariul cu conținut sportiv 2 ore
13. Tipuri de texte actuale: textul de infotainment, articolul/reportajul/comentariul cu conținut financiar-economic 2 ore.

Seminar

1. Exerciții aplicate legate de planificarea textului 2 ore
2. Exersarea construcției titlurilor 2 ore
3. Realizarea unui draft – redactarea textului pe ciornă: teză, plan, schițarea conținutului; tehnica rețelei. Exerciții de revizuire a textului redactat. 2 ore
4. Exerciții de organizare a unui text (pe axa temporală, pe axa spațială); perspectiva: de la general la particular și invers, dinafară înăuntru și invers, de sus în jos și invers, de la cunoscut la necunoscut, pro și contra 2 ore
5. Exerciții de dezvoltare a subiectului: detalieri, exemplificare, comparație, contrast, analogie, cauză–efect, etc. 2 ore
6. Cum găsim stilul potrivit: de la structură la exprimare 2 ore
7. Exerciții de construire a unui articol 2 ore
8. Exerciții de construire a unui interviu 4 ore
9. Exerciții de construire a argumentației : eseul argumentativ 2 ore
10. Exerciții de construire a argumentației : eseul pro și contra 2 ore
11. Redactare obiectivă vs. redactare subiectivă – exerciții. Exerciții de folosire a figurilor de stil (metafora, comparația, hiperbola, etc.); folosirea/evitarea clișeului 2 ore
12. Construirea de texte scurte: textul cu conținut IT, reclamele, articolul/reportajul/comentariul cu conținut sportiv 2 ore
13. Construirea de texte scurte de texte: textul de infotainment, articolul/reportajul/comentariul cu conținut financiar-economic 2 ore

V. Bibliografia minimală obligatorie

- Rad, Ilie (2008): *Cum se scrie un text științific. Disciplinele umaniste*, Editura „Polirom”.
- Șerbănescu, Andra (2000): *Cum se scrie un text*, Ed. „Polirom”.
- Zafiu, Rodica (2001): *Diversitate stilistică în româna actuală*, Editura Universității din București.

VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
2	2x14=28	2x14=28	-	-	6

VII. Procedura de evaluare cunoștințelor: *evaluare continuă pe parcursul semestrului și examen final scris (în scenariul COVID față în față)/oral (în mediul on line). Evaluare continuă – exerciții de redactare - 60%, examen final scris (în scenariul COVID față în față)/oral (în mediul on line) - 40%.*

I. Disciplina: Introducere în relații publice

II. Statutul disciplinei: obligatoriu opțional facultativ

III. Precondiții: -

IV. Conținutul disciplinei:**Curs**

Definiții ale relațiilor publice. Concepte-cheie în definirea relațiilor publice. Organizația. Public(uri). Comunicarea. Funcția managerială. Relațiile publice în diacronie. Tendințe în relațiile publice. Modele de comunicare în relații publice. Profesia de relaționist. Departamente și firme de relații publice. Funcții ale relațiilor publice. Cadrul general al unei campanii de relații publice. Principii și valori în relațiile publice

Seminar

Evoluția relațiilor publice în România. Identificarea categoriilor de public pentru diferite organizații. Relații publice și publicitate. Particularități ale relațiilor publice on-line. Campanii de relații publice. Rolul specialiștilor de relații publice în situații de criză

V. Bibliografia minimală obligatorie:

1. Coman, Cristina, *Relațiile publice: principii și strategii*, Editura Polirom, Iași, 2001.
2. Dagenais, Bernard, *Profesia de relaționist*, Editura Polirom, Iași, 2002.
3. Dagenais, Bernard, *Campania de relații publice*, Editura Polirom, Iași, 2003.
4. Newsom, Doug; VanSlyke Turk, Judy; Kruckeberg, Dean, *Totul despre relațiile publice*, Editura Polirom, Iași, 2003/2010.
5. Wilcox, Dennis; Cameron, Glen; Ault, Phillip; Agee, Warren, *Relații publice: strategii și tactici*, Editura Curtea Veche Publishing, București, 2009.

VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
2	2x14=28	1x14=14	-	-	4

VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor: *examen*

Disciplina: Campanii CSR

II. Statutul disciplinei: obligatoriu opțional facultativ

III. Precondiții

IV. Conținutul disciplinei:**Curs**

1. CSR – corporații multinaționale, globalizare, responsabilitate și responsabilizare
2. Repere fundamentale ale istoricului procesului de responsabilitate socială corporatiste
3. Procesul de definire al conceptului de CSR ; piramida responsabilității sociale corporatiste, modelul în 5 pași al CSR-ului propus de Bob Willard.
4. Viziunea actuală asupra implementării și desfășurării procesului de responsabilitate socială corporatistă în cadrul companiilor moderne (viziunea bazată pe diferitele tipuri de probleme/neajunsuri sociale.
5. CSR – argumente pro, argumente contra și critici
6. CSR – teorii și modele clasice (condițiile intrainstituționale care afectează CSR-ul, *The 3CSR model, the business-case model, social value-led model, the syncretic stewardship model*, CSR etic, CSR altruist, CSR strategic)
7. CSR – teorii și modele (responsabilitate sociala minimalistă, responsabilitate sociala maximalistă, abordare pragmatică a responsabilității sociale, abordare deontologică a responsabilității sociale, teoriile utilitare, teoriile manageriale, teoriile relaționale, teoriile instrumentale, teoriile politice, teoriile integratoare, teoriile etice)

Seminar

1. CSR – în contextul dezvoltării durabile. Abordări ale dezvoltării durabile
2. CSR – strategii și practici de acțiune (promovarea unei cauze, marketingul legat de o cauză, marketing social, acțiuni filantropice, voluntariat în comunitate, practici de afaceri responsabile social)
3. CSR și relațiile publice (PR); rolul PR-ului în activitatea de CSR sau CSR-ul ca instrument de PR
4. CSR – pașii unei campanii. Evidențierea principalilor pași ale unei campanii de responsabilitate socială corporatistă. Tactici și strategii online și offline
5. Campanii CSR în România. Studii de caz
6. Campanii CSR în Europa. Studii de caz

V. Bibliografia minimală obligatorie

1. Diaconu Bogdan. (2009), *Etica Societății instituționalizate. Trei dimensiuni ale responsabilității sociale: legea, statul și mediul de afaceri*, Curtea veche: București.
2. Iamandi Irina Eugenia. (2010), *Responsabilitatea socială corporativă în companiile multinaționale*, Editura Economică: București.
3. Ilieș Veronica Ioana (2012), *Relațiile Publice și Responsabilitatea Socială Corporatistă: teorie și acțiune socială*, Editura Presa Universitară Clujeană : Cluj-Napoca
4. Kotler Philip, Lee Nancy. (2005), *Corporate Social Responsibility. Doing the Most Good for your Company and your Cause*, Published by John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.
5. Oprea Luminița. (2011). *CSR vector*, Universul Juridic: București.
6. Young Stephen. 2009. *Capitalismul moral. O reconciliere a interesului privat cu binele public*, București, Ed. Curtea Veche
7. Carrol B. Archie. 1999. *Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct*, în „Business Society”, Vol. 38, No. 3, SAGE.
8. Christian Aid. *Behind the mask. The real face of corporate social responsibility*, la <http://www.st-andrews.ac.uk/~csearweb/aptopractice/Behind-the-mask.pdf>.
9. Clark Cynthia. 2000. *Differences Between Public Relations and Corporate Social Responsibility: An Analysis*, în „Public Relations Review”, Vol. 26, No. 3, 367-368, ScienceDirect.
10. Falck Oliver, Heblich Stephan. 2007. *Corporate social responsibility: doing well by doing good*, în „Business Horizons”, Vol. 50, Issue 3, Science Direct
11. Frankental Peter. 2001. *Corporate social responsibility – a PR invention?*, în „Corporate Communications: An International Journal”, Vol. 6, No. 1, Emerald.
12. Meehan John, Meehan Karon, Richards Adam. 2006. *Corporate social responsibility: the 3C-SR model*, în „International Journal of Social Economics”, Vol. 33, No. 5/6, Emerald
13. Prieto-Carrón Marina, Lund-Thomsen Peter, Chan Anita, Muro Ana, Bhushan Chandra. 2006. *Critical Perspective on CSR and development: what we know, what we don't know, and what we need to know*, în „International Affairs”, Vol. 52, No. 5, http://bdsnetwork.cbs.dk/publications/INTA82_5_09_p977-988.pdf.
14. Snider Jamie, Hill Ronald Paul, Martin Diane. 2003. *Corporate Social Responsibility in the 21st Century: A View from the World's Most Successful Firms*, în „Journal of Business Ethics”, Vol. 48, Springerlink

15. Crișan Camelia, *Corporațiile și societatea. Responsabilitatea social corporativă între act voluntar și obligație*, Editura Tritonic, 2013
16. Monica Pătruț, Camelia Cmeciu (2016). *Romanian Campaigns on Corporate Social Responsibility - Signs of Globalization*, *BRAIN-Broad Research in Artificial Intelligence and Neuroscience*, Volume 7, Nr. 1, 111-121
17. Bogdan Pătruț, Monica Pătruț, Camelia Cmeciu (2013). *Framing Non-Formal Education through CSR 2.0*, in Bogdan Pătruț, Monica Pătruț, Camelia Cmeciu (eds) *Social Media and the New Academic Environment: Pedagogical Challenges*, Hershey, PA, SUA: IGI Global, 115-143
18. Monica Pătruț (2013). *Corporate Social Responsibility Campaigns Aimed at Vulnerable Groups in Romania* în Mihaela Tomiță (coord.). *4rd International Conference Psycho-Social Perspectives in the Quasi-Coercive Treatment of Offenders. Social Control and Vulnerable Groups*, Editura Medimond, Monduzzi Editore International Proceedings Division, 455 - 460
19. Camelia Cmeciu, Doina Cmeciu, _Monica Pătruț (2013). *CSR 2.0 - Framing Online Learning Environments in Campaigns On Non-Formal Education*, in Ion Roceanu (ed). *Quality And Efficiency In E-Learning . Proceedings of the 9th International Scientific Conference "eLearning and Software for Education"*, Editura Universității Naționale de Apărare "Carol I", pp. 568- 574

VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
2	2x14=28	1x14=14	-	-	5

VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor: *examen; corectitudine și creativitate în rezolvarea sarcinilor*

I. Disciplina: *Limba engleză II*

II. Statutul disciplinei: obligatoriu opțional facultativ

III. Precondiții (*precizarea eventualelor cerințe de cunoaștere/promovarea prealabilă a unor alte discipline*)

IV. Conținutul disciplinei:

Curs

1. Grammar: Conditional sentences – 2 ore
2. Grammar: Passive voice – 2 ore
3. Grammar: Reported speech – 2 ore
4. Grammar: The plural of noun – 2 ore
5. Grammar: The gender of nouns – 2 ore
6. Grammar: Comparison of adjectives and adverbs – 2 ore
7. Revision – 2 ore

Seminar

1. Speaking: The impromptu speech – 2 ore
2. Speaking/Reading/Listening: Jobs – 2 ore
3. Speaking/Reading/Listening: Homeworking – 2 ore
4. Speaking/Reading/Listening: Work placements – 2 ore
5. Speaking/Reading/Listening: Situation vacant – 2 ore
6. Speaking/Reading/Listening: Learning languages – 2 ore
7. Speaking/Reading/Listening: The future of English – 2 ore
8. Speaking/Reading/Listening: Avoiding online mistakes – 2 ore
9. Speaking/Reading/Listening: Language training – 2 ore
10. Speaking/Reading/Listening: What makes a good advert? – 2 ore
11. Speaking/Reading/Listening: Manipulating images – 2 ore
12. Speaking/Reading/Listening: Advertising and children – 2 ore

13. Speaking/Reading/Listening: B-Kool soft drinks – 2 ore
 14. Speaking/Reading/Listening: Revision – 2 ore

V. Bibliografia minimală obligatorie

Galița, Raluca, *An Introduction to English for PR Students*, Bacău, Editura Alma Mater, 2013.
 Michael Vince, *Advanced Language Practice*, Macmillan, 2003.

VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
2	1x14=14	2x14=28	-	-	4

VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor: colocviu; corectitudine în rezolvarea exercițiilor și în exprimarea în limba engleză

I. Disciplina: *Limba franceză II*

II. Statutul disciplinei: obligatoriu opțional facultativ

III. Precondiții: Limba franceză I

IV. Conținutul disciplinei:

Curs

Que sont les relations publiques ? Le processus de relations publiques. Les relations publiques : Pourquoi faire ? Les relations publiques : un instrument pour la transformation et le développement de l'enseignement supérieur. Lecture de l'image. La rhétorique de l'image. Lire la publicité. Analyse sémiotique d'une publicité

Seminar

Pourquoi apprendre le français (<https://www.francaisavec pierre.com/pourquoi-apprendre-le-francais/>). Gestes et expressions indispensables en français (<https://www.francaisavec pierre.com/gestes-et-expressions-indispensables-en-francais/>). Erreurs fréquentes en français (<https://www.youtube.com/watch?v=DLX6nzLs0J8&feature=youtu.be>; <https://parlez-vous-french.com/20-erreurs-courantes-en-francais/>). Expressions idiomatiques français (<https://www.francaisavec pierre.com/expressions-idiomatiques/>; <https://www.lepointdufle.net/p/expressionsidiomatiques.htm#idiomatiques>). Les niveaux de langue (<https://www.lepointdufle.net/p/niveauxdelangue.htm>). Le système éducatif en France (<https://www.francaisavec pierre.com/le-systeme-educatif-en-france/>). Les petits mots de la conversation (<https://nathaliefle.com/conversation-petits-mots/>). Mots étrangers entrés dans le vocabulaire français (https://www.lepointdufle.net/p/histoire_de_la_langue_francaise.htm#emprunts). Étudier en France (<https://www.diplomatie.gouv.fr/fr/venir-en-france/etudier-en-france/>). Exprimer son point de vue à partir d'un texte au choix

V. Bibliografia minimală obligatorie:

1. strategis.ic.gc.ca/epic/internet/instco-levc.nsf/fr/
2. www.franparler.org
3. www.lesechos.fr
4. www.diplomatie.gouv.fr
5. www.francaisavec pierre.com
6. www.lepointdufle.net

VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
2	1x14=14	2x14=28	-	-	4

VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor: *colocviu*

I. Disciplina: *Educație fizică II*

II. Statutul disciplinei: obligatoriu opțional facultativ

III. Precondiții -

IV. Conținutul disciplinei:

1. Menținerea și întărirea sănătății, călirea organismului și dezvoltare fizică armonioasă a organismului cu ajutorul practicării jocurilor sportive (handbal, fotbal, baschet, volei) și a exercițiilor cu caracter athletic desfășurate în aer liber
2. Dezvoltarea deprinderilor, priceperilor motrice și a aptitudinilor psiho-motrice prin intermediul practicării jocurilor sportive (handbal, fotbal, baschet, volei) și a exercițiilor cu caracter athletic desfășurate în aer liber
3. Organizarea, conducerea și arbitrarea unei competiții sportive organizate în timpul liber.

V. Bibliografia minimală obligatorie

1. Acsinte A., *Jocuri și activități dinamice de timp liber*, Ed. Performantica, Iași, 2007;
2. Balint Gh., *Bazele generale ale fotbalului*, Editura Pim, Iași, 2008;
3. Balint Gh., *Jocurile dinamice – o alternativă pentru optimizarea lecției de educație fizică cu teme din fotbal în învățământul gimnazial*, Editura Pim, Iași, 2009;
4. Ciocan V. C., *Baschet – Îndrumar metodic – practic*, Editura Alma Mater, Bacău, 2004;
5. Dobrescu T., *Gimnastica aerobică - o alternativă pentru un nou stil de viață al adolescentelor*, Ed. Pim, Iași 2008;
6. Dobrescu T., *Gimnastica aerobică - strategii pentru optimizarea fitnessului*, Ed. Pim, Iași 2008;
7. Pavel Silviu-Ioan, *Caiet de lucrări practice la facultățile neprofil*, Alma Mater , Bacău, 2007;
8. Șufaru C., *Handbal III*, Editura Pim, Iași, 2006.

VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

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

VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor: *verificare*

Anul de studiu: **II**

Anul universitar: **2021/2022**

I. Disciplina: *Etică*

II. Statutul disciplinei: obligatoriu opțional facultativ

III. Precondiții

IV. Conținutul disciplinei:

Curs

1. Obiectul și importanța studierii eticii
2. Determinări conceptuale între etică, morală și deontologie;
3. Categoriile relevante în sfera eticii (dreptatea, libertatea, responsabilitatea, solidaritatea);
4. Necesitatea referențialului etico-deontologic în educație: adevărul, ca preambul;
5. Etica datoriei în profesia de PR-ist;
6. Cutia lui Potter; Teorii etice: Habermas și Luhmann; Aplicabilitatea lor în relațiile publice;
7. Cele cinci principii etice și importanța lor în procesul de comunicare;
8. Dileme etice în practica relațiilor publice.

Aplicații (Seminar)

1. Teorii, norme etice și legi în PR;
2. Etica valorilor în profesia de relaționist;
3. Bazele morale ale profesionalismului: drepturi, principii, responsabilități, norme de conduită;
4. Importanța codurilor deontologice în organizații;
5. Limitele adevărului în cadrul organizațiilor;
6. Etica în situațiile de criză din organizație;

V. Bibliografia minimală obligatorie

1. Cîrțiță-Buzoianu, Cristina, *Etică și deontologie profesională*, Editura Alma Mater, Bacău, 2011.
2. Christians, G.C. et al, *Etica mass-media*, Polirom, Iași, 2001.
3. Frunză Mihaela, *Expertiză etică și acțiune socială*, Editura Tritonic, București, 2011.

VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

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

VII. Procedura de evaluare cunoștințelor: *examen*

I. Disciplina: *Relații publice sectoriale (economic, turism, ONG, politic etc.)*

II. Statutul disciplinei: obligatoriu opțional facultativ

III. Precondiții: Introducere în relații publice

IV. Conținutul disciplinei:

Curs

Comunicarea de marketing. Rolul marketingului în organizații. Aportul relațiilor publice în mixul de marketing. Canale de comunicare de marketing. Relațiile publice financiare. Fuziuni și achiziții. Relațiile publice corporatiste. Relațiile publice de tip B2B. Planul de acțiune. Riscuri potențiale. Relațiile publice în sectorul voluntariatului. Clasificarea instituțiilor caritabile. Relațiile publice în sectorul serviciilor. Hi-tech, servicii financiare, agrement/călătorii, servicii specializate, mass-media. Relațiile publice politice. Relațiile publice în turism. Oportunități pentru relațiile publice în presa scrisă și audiovizuală. Relațiile publice on line. Relațiile publice internaționale.

Seminar

Regulile care guvernează relațiile publice financiare. Exemple de programe financiare. Campanii de tip B2B. Reguli importante pentru activitatea de relații publice din domeniul carității. Comunicarea mărcilor de servicii. Crearea și promovarea imaginii actorilor politici. Responsabilitatea companiei: o problemă de afaceri.

V. Bibliografia minimală obligatorie:

1. Coman, Cristina, *Relațiile publice și mass-media*, Polirom, Iași, 2004
2. Cutlip, Scott M., Center, Allen H., Broom, Glen M., *Relații publice eficiente*, ediția a 9-a, Comunicare.ro, București, 2010
3. Gregory, Anne (coord.), *Relațiile publice în practică*, Editura All Beck, București, 2005
4. Newsom, Doug, VanSlyke Turk, Judy, Kruckeberg, Dean, *Totul despre relațiile publice*, Polirom, Iași, 2003
5. Wilcox, Dennis L., Cameron, Glen T., Ault, Phillip H., Agee, Warren K., *Relații publice. Strategii și tactici*, Curtea Veche Publishing, București, 2009

VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
3	2x14=28	1x14=14	-	-	4

VII. Procedura de evaluarea cunoștințelor: examen

I. Disciplina: *Comunicare internă*

II. Statutul disciplinei: obligatoriu opțional facultativ

III. Precondiții: -

IV. Conținutul disciplinei:

Curs

Tipuri de comunicare internă. Metode de studiu în comunicarea internă. Comportamentul organizațional și comunicarea internă. Rolul comunicării interne în construirea și promovarea culturii organizaționale și în implementarea strategiei manageriale. Comunicare internă și comunicare organizațională. Identitatea organizațională și comunicarea strategică. Comunicarea internă și managementul performanței. Leadership. Stiluri de conducere. Comunicarea internă în contextul globalizării

Seminar

Manifestări ale culturilor organizaționale. Modele de culturi organizaționale. Tehnici de comunicare eficientă în grupuri. Elaborarea planului de comunicare. Bariere în comunicarea internă și strategii de depășire a acestora. Provocări ale comunicării virtuale pentru organizații. Situații de criză în organizații

V. Bibliografia minimală obligatorie:

1. Cismaru, Diana Maria, *Comunicarea internă în organizații*, Tritonic, București, 2008.
2. Coman, Cristina, *Comunicarea de criză. Tehnici și strategii*, Editura Polirom, Iași, 2009.
3. Mucchielli, Alex, *Comunicarea în instituții și organizații*, Editura Polirom, Iași, 2008.
4. Covey, Stephen R., *Etica liderului eficient sau conducerea bazată pe principii*, Editura Alfa, București, 2000.
5. Iacob, Dumitru, Cismaru, Diana-Maria, *Organizația inteligentă – zece teme de managementul organizațiilor*, comunicare.ro, București, 2003.

VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
3	2x14=28	1x14=14	-	-	4

VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor: examen**I. Disciplina: Practica de specialitate**

II. Statutul disciplinei: obligatoriu opțional facultativ

III. Precondiții**IV. Conținutul disciplinei:**

1. Jurnalul activităților de practică;
2. Analiza SWOT a instituției (Puncte tari / Puncte slabe) ;
3. Strategii de îmbunătățire a imaginii instituției unde se efectuează practica ;
4. Revista presei și analiza articolelor apărute în presă referitoare la instituția la care s-a efectuat practica ;

V. Bibliografia minimală obligatorie

1. Cristina Coman, *Relațiile publice: principii și strategii*, Editura Polirom, Iași, 2004;
2. Cristina Coman, *Relațiile publice și mass-media*, Editura Polirom, Iași, 2004;
3. Doug Newsom, Bob Carrell, *Redactarea materialelor de relații publice*, Editura Polirom, Iași, 2003;
4. Bernard Dagenais, *Profesia de relaționist*, Editura Polirom, Iași, 2005;
5. Doug Newsom, Judy Vonbeyke Turk, Deon Kruckeberg, *Totul despre relațiile publice*, Editura Polirom, Iași, 2004.

VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
3		42 ore/semestru	-	-	5

VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor: verificare**I. Disciplina: Discurs mediatic în franceză**

II. Statutul disciplinei: obligatoriu opțional facultativ

III. Precondiții: Limba franceză I, II**IV. Conținutul disciplinei:****Curs**

Les moyens de communication. L'écriture journalistique. Les fonctions de la presse. La mise en page d'un article de presse. La mise en forme de l'information. Journaliste/publiciste/communicateur. La relation entre journalistes et lecteurs. Les catégories de lecteurs. Presse d'information/presse objective vs. Presse d'opinion/presse partisane. La place de la publicité dans la plupart des quotidiens et des hebdomadaires

Seminar

Les petites annonces. La chronique. Le courrier. Le critique. L'éditorial. L'événement. Les faits divers

V. Bibliografia minimală obligatorie:

1. Albert, Pierre, *La presse française*, La Documentation française, Paris, 2008
2. Bourgelin, O., *La communication de masse*, Denoël, Paris, 1970
3. Cayrol, R., *La presse écrite et audio-visuelle*, P.U.F., Paris, 1973
4. Maingueneau, Dominique, *Analyser les textes de communication*, Nathan/HER, Paris, 2000
5. Paillet, M., *Le journalisme*, Denoël, Paris, 1974

VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
3	2x14=28	1x14=14	-	-	4

VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor: colocviul

I. Disciplina: *Discurs mediatic în limba engleză*

II. Statutul disciplinei: obligatoriu opțional facultativ

III. Precondiții

IV. Conținutul disciplinei:

Curs

1. INTRODUCTION. Language and context. Discourse. Media discourse - 2 ore
2. EXPLORE INFORMATION UNIVERSE - 2 ore
3. IS IT FAIR? - 2 ore
4. IS IT NEWS? - 2 ore
5. HOW SHOULD I SEARCH? - 2 ore
6. SEARCH SIGNALS - 2 ore
7. GETTING TO THE SOURCE - 2 ore
8. AM I BEING FAIR? - 2 ore
9. SEARCH BOOSTER - 2 ore
10. REPORTING I - 2 ore
11. REPORTING II - 2 ore
12. REPORTING III - 2 ore
13. REPORTING IV - 2 ore
14. REVISION - 2 ore

Seminar

1. Analysing media products - 2 ore
2. Analysing media products - 2 ore
3. Analysing media products - 2 ore
4. Analysing media products - 2 ore
5. Analysing media products - 2 ore
6. Analysing/producing media products - 2 ore
7. Analysing/producing media products - 2 ore

V. Bibliografia minimală obligatorie

Galița, Raluca, *Analysing Media Discourse*, Editura Alma Mater, Bacău, 2014.
Fairclough, Norman, *Media Discourse*, London, Arnold, 1995.

VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
3	2x14=28	1x14=14	-	-	5

VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor: verificare; corectitudinea exprimării în limba engleză; originalitatea temelor prezentate

I. Disciplina: *Comunicare online*

II. Statutul disciplinei: obligatoriu opțional facultativ

III. Precondiții: -

IV. Conținutul disciplinei:

Curs

1. Social media - abordare conceptuală. (R)evoluția social media
2. Comunicarea mediată de calculator și Generația Net. Știrile & știrile false, conexiunile digitale și conținutul viral
3. Etosul colaborativ și acțiunea colectivă : Wikipedia. Informație, jurnalism cetățenesc, propagandă și distracție 2.0
4. Social media și regândirea modelului educațional. Platformele pentru participare și colaborare din organizația 2.0
5. Social media, cetățenia net și democrația 2.0.
6. Rețelele sociale și capitalul social. Identitate și reputație în social media
7. Comunitățile online. Rasă, clasă și diviziune digitală

Seminar

1. Internetul – istorie și statistici pe înțelesul tuturor internauților
2. Joc și comunicare în mediul virtual
3. Public și privat, siguranță și amenințare pe internet
4. Dependența de tehnologie – probleme și soluții
5. Promovarea organizației în social media- metode, audiențe, audit
6. Educație în social-media- oportunități și amenințări (și pentru) nativii digitali
7. Cybercriminalitatea

V. Bibliografie

1. Ileana Rotaru, *Comunicarea virtuală. Impactul noilor tehnologii informaționale și comunicaționale în spațiul educațional contemporan*, Editura Tritonic, București, 2010
2. Christakis, N.A., Fowler, J.H., *Connected. Puterea surprinzătoare a rețelelor sociale și felul în care ne modelează viața*, Editura Publica, București, 2015
3. Adam Adler, *Irezistibil. Dependența de tehnologie și afacerile din spatele ei*, Editura Publica, București, 2017
4. Diana Maria Cismaru, *Social media și managementul reputației*, Editura Tritonic, 2012
5. Anthony D. Williams, Don Tapscott, *Wikinomics. Cultura colaborării în masă*, Editura Publica, București, 2010
6. Charles Leadbeater, *Noi-gândim : inovație de masă, nu producție de masă*, Editura Publica, București, 2010

7. Tyler Cohen Wood, *Depistarea impostorilor virtuali. Cum sa-i dezarmezi pe mincinosii, infractorii si agresorii care pandesc pe internet*, Lifestyle Publishing, 2015
8. Don Tapscott, *Crescuți digital. Generația Net își schimbă lumea*, Editura Publica, București, 2011
10. Bogdan Pătruț, Monica Pătruț, Camelia Cmeciu (eds), *Social Media and the New Academic Environment: Pedagogical Challenges*, IGI Global, 2013.
12. Catarina Katzer, *Cyberpsihologia. Viața în rețea : cum ne schimbă internetul ?*, Editura All, 2018
13. Albert-Laszlo Barabasi, *Linked : noua știință a rețelelor. Despre cum orice lucru este conectat cu oricare altul și ce reprezintă asta pentru afaceri, știință și viața cotidiană*, Editura Brumar, 2017
14. Serge Tisseron, *Lumea virtuală : avataruri și fantome*, Editura Trei, 2013
15. Nadolu, Bogdan. *Homo interneticus*. Presa Universitară Clujeană, 2020, <http://www.editura.ubbcluj.ro/bd/ebooks/pdf/2749.pdf?fbclid=IwAR0k-TkbMO9iKesVmXtRA2P0iS0qSgYvf3uK7NINj12HNasyx93HpAsX5V0>

VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
3	$1 \times 14 = 14$	$1 \times 14 = 14$	-	-	4

VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor: colocviu

I. Disciplina: *Elaborarea de produs de relații publice (DA3)*

II. Statutul disciplinei: obligatoriu opțional facultativ

III. Precondiții

IV. Conținutul disciplinei:

Curs

1. Produse de relații publice: considerații generale. Utilizări ale produselor de relații publice
2. Tehnici de redactare și editare a produselor de relații publice. Particularități și caracteristici
3. "Reguli" privind elaborarea unui produs de relații publice: public-țintă, mesaj, design
4. Publicații ale companiilor. broșuri, prospecte, pliante, buletine informative/newsletter, leaflets, flyere, catalogul, afișele și posterele, rapoartele anuale
5. Revistele și ziarele
6. Utilizarea fotografiei, ca produs de PR. Standarde de referință
7. Strategii creative în elaborarea unui produs de relații publice
8. Imaginea și identitatea organizației.
9. Identitatea vizuală a unei organizații. Manualul de identitate vizuală
10. Campania de relații publice
11. Produse de relații publice utilizate în comunicarea cu mass-media
12. Produse de relații publice utilizate în comunicarea de criză

Seminar

- Produse de relații publice. analiză comparativă 4 ore
- Elaborarea de produse de relații publice: aplicații practice / broșuri, prospecte, pliante 4 ore
- Elaborarea de produse de relații publice: aplicații practice / leaflets, flyere 4 ore
- Elaborarea de produse de relații publice: aplicații practice / afișe, postere 4 ore
- Elaborarea de produse de relații publice: aplicații practice / catalog, rapoarte anuale 4 ore
- Elaborarea de produse de relații publice: fotografia PR 4 ore
- Creativitate în elaborarea unui produs de relații publice 4 ore

V. Bibliografia minimală obligatorie

Cutlip, Scott M.; Center, Allen H.; Broom, Glen M., *Relații publice eficiente*, București, Editura comunicare.ro, 2010

David, George, *Tehnici de relații publice: comunicarea cu mass-media*, Iași, Polirom, 2008

Joannès, Alain, *Comunicarea prin imagini: cum să-ți pui în valoare comunicarea prin intermediul dimensiunii vizuale*, Iași, Polirom, 2009

Newsom, Doug; Carrell, Bob, *Redactarea materialelor de relații publice*, Iași, Polirom, 2008

Wilcox, Dennis L.; Cameron, Glen T.; Ault, Phillip H.; Agee, Warren K., *Relații publice: strategii și tactici*, București, Curtea Veche Publishing, 2009

VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
3	2x14=28	2x14=28	-	-	5

VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor: *colocviu*

I. Disciplina: *Deontologie*

II. Statutul disciplinei: obligatoriu opțional facultativ

III. Precondiții

IV. Conținutul disciplinei:

Curs

1. Pledoarie pentru o deontologie a comunicării;
2. Tipuri de coduri deontologice: interpretarea și aplicarea acestora în practica profesională;
3. Responsabilitatea etică și juridică a autorului de texte de relații publice;
4. Relația dintre specialistul în relații publice și jurnalist;
5. Deontologia mass-media;
6. Deciziile etice: armonizarea interesului organizației cu cel al publicului țintă;
7. Etica relațiilor publice în România

Seminar

1. Aspecte etico-deontologice în asumarea strategiilor de relații publice;
2. Standarde personale, organizaționale și profesionale. Studii de caz;
3. Analiza din perspectiva codului deontologic a unor crize gestionate necorespunzător. Studii de caz;
4. Exemplificarea și interpretarea etică a unor cazuri de bune practici în PR. Studii de caz;
5. Gestionarea deontologică a crizelor din mediul online. Studii de caz;
6. Impactul etic al crizelor de imagine. Soluții și consecințe;
7. Dileme etice: cum să obții performanță în PR fără să încalci prevederile deontologice?

V. Bibliografia minimală obligatorie

4. Cîrțiță-Buzoianu, Cristina, *Etică și deontologie profesională*, Editura Alma Mater, Bacău, 2011.

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

6. Newsom, Doug et colab., *Totul despre relațiile publice*, Editura Polirom, Iași, 2003.

VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
4	2x14=28	2x14=28	-	-	5

VII. Procedura de evaluare cunoștințelor: *examen*

I.11. Disciplina: *Semiotica*

II. Statutul disciplinei: obligatoriu opțional facultativ

III. Precondiții

IV. Conținutul disciplinei:

Curs

1. Definiții ale semioticii. Semiotica în contemporaneitate
2. Semn și semioză. Metodologia semiotică, instrument de optimizare a comunicării
3. Modelul diadic al semnului - Ferdinand de Saussure
4. Modelul triadic al semnului – Charles Sanders Peirce
5. R.Jakobson - metafora și metonimia
6. C. Levi-Strauss: antropologia structurală. Natură vs. cultură
7. R. Barthes: mitul ca sistem semiotic. Mitologii moderne
8. Retorica imaginii
9. A.J. Greimas – narativitate și semiotică
10. Elemente de semiotică aplicată: imaginea olfactivă,
11. Elemente de semiotică aplicată: semiotica gustului
12. Semiotică și comunicare nonverbală
13. Comunicare, semiotică și discurs mediatic
14. Semiotică și cultura de masă

Seminar

1. Semn, semiotică, semioză.
2. Metodologia semiotică, instrument de optimizare a comunicării.
3. Modelul diadic al semnului - Ferdinand de Saussure. Aplicații
4. Modelul triadic al semnului – Charles Sanders Peirce. Aplicații
5. C. Levi-Strauss: triumphiul culinar. Aplicații
6. R. Barthes: mitul ca sistem semiotic. Mitologii moderne. Aplicații
7. A.J. Greimas – narativitate și semiotică. Aplicații
9. Analiza semiotică a imaginii. Aplicații
10. Analiza semiotică a discursului mediatic. Aplicații
11. Analiza mitică a unei publicații. Aplicații
12. Practici de comunicare, practici de semnificare. Aplicații

V. Bibliografia minimală obligatorie

1. Carpov, Maria, *Introducere la semiologia literaturii*, Ed. Univers, București, 1978.
2. Eco, Umberto, *Tratat de semiotică generală*, Ed. Științifică și Enciclopedică, București, 1987.
3. Fiske, John, *Introducere în științele comunicării*, Polirom, Iași, 2003.
4. Klinkenberg, Jean-Marie, *Inițiere în semiotica generală*, Institutul European, Iași, 2004.
5. Roventă-Frumușani, Daniela, *Semiotică, societate, cultură*, Institutul European, Iași, 1999.
6. Sebeok, Thomas, *Semnele. O introducere în semiotică*, Humanitas, București, 2002.

VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
4	2x14=28	2x14=28	-	-	5

VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor: examen

I. Disciplina: Inițiere în metodologia de cercetare științifică

II. Statutul disciplinei: obligatoriu opțional facultativ

III. Precondiții -

IV. Conținutul disciplinei

Curs

1. Etapele elaborării unei lucrări de diplomă. Finalitatea cercetării 4 ore
2. Sursele de documentare. Înregistrarea datelor. Cât și cum trebuie citit pentru documentarea unei lucrări științifice 4 ore
3. Construirea unei lucrări de licență: de la titlu la plan. Greșeli frecvente în construirea unei lucrări științifice. Strategii de construcție: argumentare, coeziune, comparația, analogia, generalizarea 4 ore
4. Norme de redactare. Cuprinsul. Bibliografia. Clasificarea bibliografiilor. Glosarul. Anexele. Reguli de punere în pagină 4 ore
5. Împrumutul de idei. Citarea. Modalități de trimitere la sursa citată 4 ore
6. Evaluarea unei lucrări de cercetare 4 ore
7. Susținerea lucrării de licență. Dificultățile unei prezentări orale ore

Seminar

1. Etapele elaborării unei lucrări de diplomă. Finalitatea cercetării 2 ore
2. Sursele de documentare. Înregistrarea datelor. Cât și cum trebuie citit pentru documentarea unei lucrări științifice 2 ore
3. Construirea unei lucrări de licență: de la titlu la plan. Greșeli frecvente în construirea unei lucrări științifice. Strategii de construcție: argumentare, coeziune, comparația, analogia, generalizarea 2 ore
4. Norme de redactare. Cuprinsul. Bibliografia. Clasificarea bibliografiilor. Glosarul. Anexele. Reguli de punere în pagină 2 ore
5. Împrumutul de idei. Citarea. Modalități de trimitere la sursa citată 4 ore
6. Evaluarea unei lucrări de cercetare 4 ore
7. Susținerea lucrării de licență. Dificultățile unei prezentări orale 2 ore

V. Bibliografia minimală obligatorie

1. Eco, Umberto, *Cum se scrie o lucrare de licență*, Polirom, Iași, 2000
2. Rad, Ilie, *Cum se scrie un text științific: disciplinele umaniste*, Polirom, Iași, 2008
3. *Scurt îndrumar pentru redactarea lucrărilor de licență și de disertație*, Bacău, 2019
4. Rădulescu, Mihaela, *Metodologia cercetării științifice. Elaborarea lucrărilor de licență, masterat și doctorat*, E.D.P., București, 2011.
5. Serge Moscovici, Fabrice Buschini, *Metodologia științelor socioumane*, Polirom, Iași, 2007.

VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
4	2x14=28	1x14=14	-	-	3

VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor: examen

I. Disciplina: Teoria argumentării

II. Statutul disciplinei: obligatoriu opțional facultativ

III. Precondiții: -

IV. Conținutul disciplinei:

Curs

Revirimentul retoricii în societatea contemporană. Argumentare și interacțiune discursivă. Relația ethos – logos – pathos. Elementele retoricii sistemului antice. Genurile retorice ale discursului. Orientări moderne în retorică și argumentare. Neoretorica. Premisele și cadrul argumentării. Neoretorica. Tipuri de argumente. Logica naturală. Pragmatica argumentării. Retorică, eficiență și tehnici de comunicare. Eficientizarea comunicării orale și scrise. Instrumente pentru analiza simbolurilor persuasive. Erori de argumentare

Seminar

Cooperarea argumentativă. Prezentarea unei teze cu argumente pro și contra, fără a intra într-o dispută. Argumentarea orală. Dezbateră, discuția, conferința, mitingul. Condițiile de reușită ale argumentării. Condițiile de recunoaștere. Condițiile de corectitudine. Proceduri privind organizarea argumentării. Stadiile și fazele procedurii argumentative. Scheme argumentative. Argumentarea formală, argumentarea informală, argumentarea camuflată, argumentarea în lanț, argumentarea liberă. Tehnici de convingere fără a recurge la manipulare. Argumentarea în situații dificile

V. Bibliografia minimală obligatorie:

1. ADAM, Jean-Michel, BONHOMME, Marc, *Argumentarea publicitară*, Institutul European, Iași, 2005.
2. LARSON, Charles U., *Persuasiunea. Receptare și responsabilitate*, Polirom, Iași, 2003.
3. ROVENȚA-FRUMUȘANI, Daniela, *Argumentarea; modele și strategii*, Editura „ALL”, București, 2000.
4. RYBACKY, Karyn C., RYBACKY, Donald J., *O introducere în arta argumentării. Pledarea și respingerea argumentelor*, Polirom, Iași, 2004.
5. SĂLĂVASTRU, Constantin, *Teoria și practica argumentării*, Editura „Polirom”, Iași, 2003.

VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
4	2x14=28	2x14=28	-	-	5

VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor: examen

I. Disciplina: *Practica de specialitate*

II. Statutul disciplinei: obligatoriu opțional facultativ

III. Precondiții

IV. Conținutul disciplinei:

1. Jurnalul activităților de practică;
2. Conceperea campaniei de imagine a instituției unde se efectuează practica și a produselor/serviciilor pe care acestea le oferă;

V. Bibliografia minimală obligatorie

1. Cristina Coman, *Relațiile publice: principii și strategii*, Editura Polirom, Iași, 2004;
2. Cristina Coman, *Relațiile publice și mass-media*, Editura Polirom, Iași, 2004;
3. Doug Newsom, Bob Carrell, *Redactarea materialelor de relații publice*, Editura Polirom, Iași, 2003;

4. Bernard Dagenais, *Profesia de relaționist*, Editura Polirom, Iași, 2005;
 5. Doug Newsom, Judy Vonbeyke Turk, Deon Kruckeberg, *Totul despre relațiile publice*, Editura Polirom, Iași, 2004.

VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
4	-	28 ore / semestru	-	-	4

VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor: *verificare*

I. Disciplina: *Tehnici de redactare în limba engleză*

II. Statutul disciplinei: obligatoriu opțional facultativ

III. Precondiții

IV. Conținutul disciplinei:

Curs

1. PRINCIPLES OF PR WRITING – 2 ore
 - THE USE OF CORRECT GRAMMAR
2. PRINCIPLES OF PR WRITING – 2 ore
 - THE USE OF CORRECT PUNCTUATION
 - THE USE OF A CLEAR AND VARIED STYLE
3. PRINCIPLES OF PR WRITING– 2 ore
 - THE USE OF ACCURATE ORGANIZATIONAL PATTERNS
 - WRITING SENTENCES
4. PRINCIPLES OF PR WRITING– 2 ore
 - WRITING A PARAGRAPH FOR PR TEXT
 - WRITING THE HEADLINE FOR PR TEXTS
 - WRITING THE LEAD FOR PR TEXTS
5. WRITING PR MATERIALS– 2 ore
 - WRITING A CV
 - WRITING A COVER LETTER
6. WRITING PR MATERIALS– 2 ore
 - WRITING FLYERS
 - WRITING BROCHURES
7. WRITING PR MATERIALS– 2 ore
 - WRITING MEMOS
 - WRITING OFFICIAL LETTERS
8. WRITING PR MATERIALS– 2 ore
 - WRITING PHOTO CAPTIONS
 - WRITING NEWS BRIEFS
9. WRITING PR MATERIALS– 2 ore
 - WRITING NEWSLETTERS
10. WRITING PR MATERIALS– 2 ore
 - WRITING PRESS RELEASES
11. WRITING PR MATERIALS– 2 ore
 - WRITING FEATURE RELEASES
12. WRITING PR MATERIALS– 2 ore
 - WRITING FACT SHEETS
13. WRITING PR MATERIALS– 2 ore
 - WRITING FACTOIDS

- WRITING EVENTS LISTINGS
- 14. WRITING PR MATERIALS– 2 ore
- WRITING ADVERTORIALS

Seminar

1. Exercises on the use of correct grammar punctuation and on the variety of styles in PR writing - 2 ore
2. Exercises on writing sentences, paragraphs, headlines and leads - 2 ore
3. Writing a CV and a cover letter – 2 ore
4. Writing fliers and brochures – 2 ore
5. Writing memos and official letters – 2 ore
6. Writing photo captions, news briefs and newsletters – 2 ore
7. Writing press releases and advertorials – 2 ore

V. Bibliografia minimală obligatorie

Raluca Galita (2015): *PR writing techniques*, Editura Alma Mater, Bacau.

Doug Newsom, Jim Haynes (2008): *Public Relations Writing. Form and Style*, Thomson Wadsworth

VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
4	2x14=28	1x14=14	-	-	4

VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor: colocviu; corectitudinea exprimării în limba engleză

I. Disciplina: *Tehnici de redactare în limba franceză*

II. Statutul disciplinei: obligatoriu opțional facultativ

III. Precondiții: Limba franceză (semestrele 1, 2), Discurs mediatic în franceză

IV. Conținutul disciplinei:

Curs

Choisir le plan adapté à la situation. Structurer une présentation ou une explication. Savoir construire un argument. Connaître les différents types d'arguments. Relier les idées. Savoir employer le temps qui convient. Valoriser ses écrits par ponctuation. Alléger les phrases. Varier l'expression. Éviter les répétitions et les redites. Éliminer les clichés et les lieux communs. Remplacer les mots « passe-partout ». Faciliter la lisibilité. Parvenir à l'harmonie. Créer un rythme

Seminar

Le compte rendu. Le reportage. Texte documentaire et texte explicatif. Le portrait. Le récit. L'interview. L'enquête. L'éditorial. L'analyse. La chronique. La critique. La lettre et le courriel

V. Bibliografia minimală obligatorie:

1. Fayet, Michelle, *Rédiger sans complexes*, Eyrolles, Paris, 2011
2. Grimaud, Agnès, *Rédiger sans fautes !*, Marcel Didier, Québec, 2009
3. Le Lay, Yann, *Savoir rédiger*, Larousse, Paris, 2009
4. Lesot, Adeline, *Bescherelle Poche. Mieux rédiger*, Hatier, Paris, 2010
5. Massé, Caroline, *Rédiger sans fautes!*, Marcel Didier, Québec, 2009

VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
4	2x14=28	1x14=14	-	-	4

VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor: colocviul

I. Disciplina: *Globalism și globalizare*

II. Statutul disciplinei: obligatoriu opțional facultativ

III. Precondiții: -

IV. Conținutul disciplinei:

Curs

1. Conceptualizarea și teoretizarea globalizării
2. Globalizarea – elemente teoretice și studii empirice
 - 2.1 Globalizarea – proces dinamic, asimetric, microeconomic
 - 2.2 Definirea globalizării prin analiza critică a literaturii teoretice și empirice în domeniu
3. Cauze și determinanți ai globalizării
4. Măsurarea globalizării și consecințele acesteia
 - 4.1 Modalități principale și indicatori de măsurare a globalizării
 - 4.2 Efectele pozitive și negative ale globalizării
5. Avantaje și dezavantaje ale globalizării
6. Globalizarea și piața muncii
7. Globalizare, inegalități și sărăcie
8. Globalism și mondialism
9. De la cultura diferenței la transcultură
10. Globalism și regionalism o dilemă identitară
11. Globalism corporatist
12. Globalism și criză de securitate
13. De la bipolarism la multipolarism
14. Între Imperiile antice și Imperiile moderne

Seminar

1. Forme ale virtualizării spațiului social. Globalism și comunicare de masă.
2. Analiza factorilor globalizării
3. Globalizarea comercială și a piețelor de capital
4. Migrația internațională - dimensiune majoră a globalizării
5. Impactul globalizării asupra inegalităților, șomajului și sărăciei
6. Managementul globalizării - rolul organizațiilor internaționale. Statul națiune și globalizarea
7. Globalizare versus integrare regională - analiză comparativă. Studii de caz: Globalizarea și integrarea economică regională în Europa, America, Asia, Africa. Parteneriate strategice UE-India, China, BRICS

V. Bibliografia minimală obligatorie

1. Antonescu, Mădălina, *Uniunea Europeană Imperiile antice și Imperiile moderne*, Editura Lumen, Iași, 2009.
2. Beck, Ulrich, *Ce este globalizarea? Erori ale globalismului, răspunsuri la globalizare*, Editura Trei, București, 2003.
3. Cristian, Alexandru, *Între elefant, urs și dragon*, Editura RAO, București, 2014.
4. Florea, Lavinia, *Globalizare și securitate economică*, Editura Lumen, Iași, 2006.
5. Hlihor, Constantin, *Geopolitica și geostrategia în analiza relațiilor internaționale contemporane*, Editura Universității de Apărare Carol I, București, 2005.

VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
4	2x14=28	1x14=14	-	-	4

VII. Procedura de evaluare cunoștințelor: *colocviu*

Anul de studiu: **III**

Anul universitar: **2021/2022**

I.1. Disciplina: *Metode de cercetare în științele sociale*

II. Statutul disciplinei: obligatoriu opțional facultativ

III. Precondiții -

IV. Conținutul disciplinei:

Curs

1. Cercetarea în științele sociale. Tradiții de cercetare
2. Metodologia cercetării. Tipologia metodelor. Calitativ vs. cantitativ. Avantajele și limitele celor două abordări
3. Etapele cercetării. Elementele circumscrierii corecte a temei de cercetare. Construcția obiectului de cercetare, problematizare și formularea ipotezelor
4. Operaționalizarea conceptelor. Conceptualizare și operaționalizare. Dimensiuni, indicatori, indici. Validitate și fidelitate
5. Alegerea metodelor și tehnicilor de cercetare. Factorii ce influențează această alegere
6. Măsurarea . Tipuri de scale
7. Experimentul
8. Observația participativă
9. Construcția chestionarului. Tipuri de întrebări. Exemple de anchete pe bază de chestionar. Formularea întrebărilor
10. Erori de construcție a chestionarului. Erori în formularea întrebărilor, erori în aplicarea lui
11. Interviu
12. Metoda focus-group. Participanții, moderatorul, rapoartele
13. Analiza de conținut. Specificul metodei. Etapele analizei de conținut.
14. Analiza SWOT, STEEP/ PEST

Seminar

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

V. Bibliografia minimală obligatorie

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

VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
5	2x14=28	1x14=14	-	-	4

VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor: *examen; corectitudine și creativitate în rezolvarea sarcinilor*

I. Disciplina: *Gândire critică*

II. Statutul disciplinei: obligatoriu opțional facultativ

III. Precondiții

IV. Conținutul disciplinei:

Curs

1. Introducere în gândirea critică – 2 ore
2. Evaluarea informației - 2 ore
3. Tehnici de persuasiune – 2 ore
4. Raționamentul deductiv – 2 ore
5. Raționamentul inductiv – 2 ore
6. Erori logice – 4 ore
7. Analiza argumentelor - 4 ore
8. Găsirea, evaluarea și utilizarea surselor – 2 ore
9. Redactarea eseurilor argumentative – 4 ore
10. Gândirea critică și mass-media - 4 ore

Seminar

1. Evaluarea informației - 2 ore
2. Tehnici de persuasiune – 2 ore
3. Raționamentul deductiv – 2 ore
4. Raționamentul inductiv – 2 ore
5. Erori logice – 2 ore
6. Analiza argumentelor - 2 ore
7. Gândirea critică și mass-media – 2 ore

V. Bibliografia minimală obligatorie

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

VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
5	2x14=28	1x14=14	-	-	4

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

I. Disciplina: *Presa și actualitatea*

II. Statutul disciplinei: obligatoriu opțional facultativ

III. Precondiții

IV. Conținutul disciplinei:

Curs

1. Presă și actualitate. Delimitări conceptuale;
2. Drepturi și responsabilități în activitatea ziaristică;
3. Teme actuale în dezbaterile media: probleme economice, sociale, politice;
4. Presa centrală vs. presa locală: asemănări și deosebiri, particularități în dezvoltarea temelor de interes public;
5. Mass-media și imaginea vizibilă a actorilor;
6. Limitele libertății de exprimare prin presă: dreptul la propria imagine, dreptul la viață privată, dreptul la intimitate.
7. Analiza critică a surselor de informare din mediul online.

Seminar

1. Monitorizarea unei teme în mass-media;
2. Selectarea surselor și a perioadei de monitorizare;
3. Stabilirea indicatorilor, subindicatorilor și actorilor monitorizați;
4. Colectarea datelor;
5. Analiza cantitativă a datelor;
6. Analiza calitativă a datelor;
7. Interpretarea rezultatelor obținute.

V. Bibliografia minimală obligatorie

1. Bârgăoanu, Alina, *Tirania actualității. O introducere în istoria și teoria știrilor*, Editura Tritonic, București, 2006;

2. Dinescu, Ana, *Ghid al comunicatorului în instituțiile publice*, Editura Lumen, Iași, 2010;

3. Keeble, Richard, *Presa scrisă. O introducere critică*, Editura Polirom, Iași, 2009.

VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
5	2x14=28	2x14=28	-	-	6

VII. Procedura de evaluare cunoștințelor: *examen*

I. Disciplina: *Relații publice internaționale*

II. Statutul disciplinei: obligatoriu opțional facultativ

III. Precondiții: -

IV. Conținutul disciplinei:

Curs

1. Introducere în relații publice
2. Definierea relațiilor publice internaționale
3. Factorii care condiționează succesul relațiilor publice internaționale
4. Rolul culturii în relațiile publice internaționale
5. Problemele lingvistice
6. Rolul media în relațiile publice internaționale
7. Impactul noilor media asupra relațiilor publice
 - 7.1. Impactul blogurilor
 - 7.2. Situația noilor media în România
8. Aspecte etice și juridice
9. Oportunități și amenințări asupra relațiilor publice internaționale. Studiu de caz: Războiul din Irak
10. Relațiile publice internaționale în Europa
11. Relațiile publice internaționale în Asia
12. Relațiile publice internaționale între teorie și practică
13. Relațiile publice internaționale în programele de studii universitare. Studiu de caz: U.S.A. și Europa
14. Viitorul relațiilor publice internaționale

Seminar

1. Tactici ale relațiilor publice internaționale
2. Construirea națiunilor prin ochii practicienilor de relații publice
3. Circuitul modelului cultural I (momentul reglementării, momentul producției, reprezentarea)
4. Circuitul modelului cultural II (consumul, identitățile); Aplicații practice ale modelului cultural.
5. Dimensiunea globală a relațiilor publice
6. Diplomația publică și brandul de țară
7. Îndrumarea studenților pentru elaborarea proiectului final

V. Bibliografia minimală obligatorie

1. Amiso, George, „Teaching Culture: The Challenges and Opportunities of International Public Relations”, în *Business Communication Quarterly*, vol. 66, nr. 2, 2003.
2. Bardhan Nilanjana, „Creating Spaces for International and Multi(inter)cultural Perspectives in Undergraduate Public Relations Education”, în *Communication Education*, vol. 52, nr. 2, 2003.
3. Curtin, Patricia, Gaither Kenn, *Relațiile publice internaționale. Negocierea culturii, a identității și a puterii*, Editura Curtea Veche, București, 2008.
4. Dagenais, Bernard, *Profesia de relaționist*, Editura Polirom, Iași, 2002.
5. Dolea, Alina, Țăruș, Adriana, *Branding Romania. Cum (ne)promovăm imaginea de țară*, Editura Curtea Veche, 2009.
6. Gregory, Anne (ed.), *Public Relations in Practice*, Institute of Public Relations, Kogan Page, London, 1998.

VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore	Număr de
-----------	-----------------------------------	----------

	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	credite
5	2x14=28	1x14=14	-	-	4

VII. Procedura de evaluare cunoștințelor: *examen*

I. Disciplina: *Practica de specialitate*

II. Statutul disciplinei: obligatoriu opțional facultativ

III. Precondiții

IV. Conținutul disciplinei:

Practică în instituții/organizații/radio UNSR. Analiza SWOT (puncte tari, puncte slabe, oportunități, riscuri)

V. Bibliografia minimală obligatorie

1. Kotler, Philip, *Principiile marketingului*, Editura Teora, București, 1999.
2. Marconi, Joe, *Ghid practic de relații publice*, Editura Polirom, Iași, 2007;
3. Newsom, Doug; Carrell, Bob, *Redactarea materialelor de relații publice*, Editura Polirom, Iași, 2003.
4. Newsom, Doug; Vanslyke Turk, Judy; Kruckeberg, Dean, *Totul despre relațiile publice*, Editura Polirom, Iași, 2004.
5. Wilcox, Dennis L.; Cameron, Glen T.; Ault, Phillip H.; Agee, Warren K., *Relații publice: strategii și tactici*, Editura Curtea Veche, București, 2009.

VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
5		28 ore / semestru	-	-	3

VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor: *verificare*

I. Disciplina: *Comunicare verbală în organizații*

II. Statutul disciplinei: obligatoriu opțional facultativ

III. Precondiții

IV. Conținutul disciplinei:

Curs

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)

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)

Comunicarea interpersonală în organizație (mărci lingvistice de recunoaștere a statutului și rolului, mărci lingvistice de recunoaștere a politeții)

Informație și comunicare

De la conversație la discurs. Valorile argumentării în comunicarea organizațională

Rolul comunicării verbale în schimbările din organizație

Identitatea organizației, creată/recreată prin limbaj (buletinul informativ). Studiu de caz

Conflict și dialog. Tehnici de comunicare cu persoane dificile și în situații dificile

Evaluarea comunicării verbale organizaționale (analiză comparativă)

Seminar

Individul în organizație (motivație pentru comunicare; competențe de 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)

Bariere în calea comunicării verbale în organizație și efectele acestora la nivel individual și organizațional

Influența culturii organizaționale și a climatului suportiv/deschis asupra comunicării verbale

Păstrarea imaginii individuale

Scrisoarea de intenție și CV-ul (studiu comparativ de materiale oferite)

Argumentarea și persuadarea în comunicarea orală și scrisă

Sugestia și povestea ca tipuri de comunicare

Negocierea în comunicarea orală și scrisă

Metode de îmbunătățire a comunicării verbale și rolul acestora în promovarea imaginii organizației

Agresivitate verbală. Mobbing și bullying în organizație (manifestări verbale, recunoașterea și contracararea acestora)

Evaluarea comunicării verbale organizaționale (analiză comparativă a studiilor de caz)

V. Bibliografia minimală obligatorie

Bonta, E. (2004). *Interpersonal communication*, Bacău: Alma Mater

Cava, R- (2012) “Comunicarea cu oameni dificili”, editura Curtea Veche, Bucuresti

Cismaru, D.-M. (2008) – *Comunicarea internă în organizații*, Editura Tritonic

Denning Stephen, (2011). *Arta povestirii în afaceri*, Bucuresti: Publica

Mucchielli, A. (2008). *Comunicarea în instituții și organizații*, Editura Polirom

Newsom, D., Carrell, B. (2004). *Redactarea materialelor de relații publice*, Editura Polirom, Iași,

Serb, S. (2008). *Relatii publice si comunicare*, Ed.Teora, București

Ștefănescu, Loara (2008). *Retorica argumentării în discursul politic contemporan*, EUB, București

Sălăvăstru, C. (1999). *Discursul puterii*, Institutul European, Iași

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

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

VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
5	2x14=28	2x14=28	-	-	5

VII. Procedura de evaluare cunoștințelor: examen oral

I. Disciplina: *Identitate și alteritate în discursul public*

II. Statutul disciplinei: obligatoriu opțional facultativ

III. Precondiții

IV. Conținutul disciplinei:

Curs

1. Cultură și comunicare: identitate, alteritate și relații intergrupuri
2. Identitatea între categoriile de cunoaștere și categoriile de realitate. Strategii de comunicare ale identității
3. Naționalism și universalism – orizonturi de așteptare, perspective cronotopice în acțiunea de comunicare
4. Relativism cultural, multiculturalism: practici, modele
5. Atitudini și forme de percepere a alterității etnoculturale
6. Stereotipuri și prejudecăți în receptarea *celuilalt*
7. Cunoașterea etnoculturală a Europei și ideologiile derivate. Substratul, fondul și aporturile în înțelegerea identităților europene
8. Minoritari vs majoritari – modele și vectori ai figurilor identității
9. Relațiile interculturale din România – o perspectivă psihosocială
10. Elemente de educație interculturală

Seminar

1. Identitate, alteritate, interculturalitate. Noi și ceilalți. Aplicații: *Călătoriile lui Gulliver* de Jonathan Swift, *Robinson Crusoe* de Daniel Defoe, *Scrisorile persane* de Montesquieu)
2. Atitudini și forme de percepere a alterității culturale. Națiuni și minorități
3. Elemente de identitate culturală europeană
4. Minoritari, marginali, excluși. Campanii antidiscriminare din România
5. Identitate culturală prin gastronomie
6. Presa și etnicitatea
7. Educația și comunicarea interculturală

V. Bibliografia minimală obligatorie

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

VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
5	2x14=28	1x14=14	-	-	4

VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor: *colocviu*

I. Disciplina: *Organizarea de evenimente*

II. Statutul disciplinei: obligatoriu opțional facultativ

III. Precondiții: -

IV. Conținutul disciplinei:

Curs

1. Introducere în managementul evenimentelor. Conceptul de eveniment
2. Industria evenimentelor
3. Proiectarea și planificarea unui eveniment
4. Desfășurarea unui eveniment
5. Managementul crizei și acțiuni post eveniment
6. Servicii de alimentație publică
7. Resursele umane ale evenimentelor
8. Managementul financiar al unui eveniment
9. Tehnici de promovare a unui eveniment
10. Servicii și programe pentru participanții la un eveniment
11. Protocol și etichetă în organizarea unui eveniment
12. Tipuri de public. Tipuri de organizatori
13. Relația cu presa online și offline
14. Evaluarea unui eveniment

Seminar

1. Însemnătatea Marii Uniri – România la 100 de ani de la reîntregirea teritoriului
2. Celebrăm România 1918-2018. Modalități de celebrare și implicarea statului în aceste acțiuni.
3. Proiectarea și planificarea unui eveniment destinat celebrării Marii Uniri.
4. Promovarea unui eveniment Centenar în afara țării. Strategii și tehnici.
5. Analiza evenimentelor desfășurate în anul 2018 sub egida Centenar.
6. Evenimentul istoric printre adevăruri și mituri.
7. Îndrumarea studenților pentru elaborarea proiectului final

V. Bibliografia minimală obligatorie

1. Allen Judy, *Event Planning: The Ultimate Guide To Successful Meetings, Corporate Events, Fundraising Galas, Conferences, Conventions, Incentives & Other Special Events*, 2nd Edition, John Wiley and Sons Inc., New York, 2008.
2. Bucur, Bogdan, *Cartea de aur al Centenarului Marii Uniri*, Editura RAO, București, 2017.
3. Cotîrleț, Paul-Claudiu, *Celebrăm România 1918-2018 Caiet de seminar*, Editura Paideia, București, 2018.
4. Genadinik, Alex, *Event Planning: Management & Marketing For Successful Events*, CreateSpace Independent Publishing Platform, California, 2015.
5. Hoyle, Leonard, *Event Marketing: How to Successfully Promote Events, Festivals, Conventions, and Expositions*, 1st Edition, Ravioli Books, John Wiley and Sons Inc., New York, 2002.
6. Johnson, Natalie, *Event Planning Tips: The Straight Scoop on How to Run an Successful Event*, CreateSpace Independent Publishing Platform, California, 2016.

VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
6	2x14=28	1x14=14	-	-	5

VII. Procedura de evaluare cunoștințelor: examen

I. Disciplina: Redactarea materialelor de relații publice

II. Statutul disciplinei: obligatoriu opțional facultativ

III. Precondiții -

IV. Conținutul disciplinei:

Curs

1. Rolul și responsabilitatea autorului de texte în cadrul general al activității de PR
2. Categoriile de public, canale
3. Standarde etice în redactarea de materiale de relații publice
4. Elemente de persuasiune în redactarea materialelor de relații publice
5. Cercetarea pentru realizarea de materiale de relații publice
6. Principii de redactare a materialele de relații publice: stil și conținut
7. Redactare de materiale pentru categoriile de public specifice
8. Redactarea de materiale pentru media tradiționale și noile media
9. Redactarea de *features*
10. Proiectarea materialelor în funcție de imaginea dorită (comunicare expresivă)
11. Proiectarea materialelor din perspectiva referențială (comunicare informativă): broșuri, buletine informative
12. Proiectarea materialelor din perspectivă pragmatică (comunicare argumentativă)

Seminar

1. Autorul de texte pentru relațiile publice și cercetarea
2. Memouri, emailuri, scrisori, propuneri
3. Backgrounders, position papers
4. Features pentru tipar și pentru difuzare prin radio și TV
5. Redactarea materialelor pentru campanii
6. Dosarele de presă pentru media
7. Discursuri și alte tipuri de prezentare

V. Bibliografia minimală obligatorie

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

VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
6	2x12=24	2x12=24	-	-	5

VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor: *examen*

I. Disciplina: *Managementul relațiilor cu clienții*

II. Statutul disciplinei: obligatoriu opțional facultativ

III. Precondiții -

IV. Conținutul disciplinei:

1. Evoluția conceptului de marketing
 - 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. Orientarea către piață/client – o soluție pertinentă în demersul de reevaluare a marketingului tradițional
 - 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
 3. Coordonatele marketingului relațional
 - Marketingul tranzacțional versus marketingul relațional
 - Satisfacția clienților
 - Fidelitatea clienților
 - Loialitatea clienților
 - Atașamentul clienților
 4. Marketingul relațional în cadrul piețelor de afaceri între necesitate și realitate
 - 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
 5. Managementul relațiilor cu clienții în cadrul piețelor de consum: elaborarea, fundamentarea, implementarea și controlul strategiei de fidelizare
 - 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
 6. Managementul plângerilor și reclamațiilor
 - Dimensiuni de exprimare a insatisfacției clientului: plângerea și reclamația
 - Procesul de gestionare a plângerilor și reclamațiilor

Seminar

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

Dezbateri: Orientarea către piață versus orientarea către client: diferențe și similitudini în acțiune; Necesitatea și oportunitatea orientării către piață

Dezbateri: Coordonatele marketingului relațional; Marketingul tranzacțional versus marketingul relațional

Studiu de caz: diferențierea noțiunilor de satisfacția clienților, fidelitatea clienților, loialitatea clienților, atașamentul clienților

Dezbateri: Marketingul relațional în cadrul piețelor de afaceri; Relația pe piața afacerilor: analiza interacțiunii prin intermediul unui model

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

Dezbateri, Exemplificare: Dimensiuni de exprimare a insatisfacției clientului: plângerea și reclamația

Studiu de caz: Procesul de gestionare a plângerilor și reclamațiilor

V. Bibliografia minimală obligatorie

1. Audrain, A., F., Evrard, Y., - *Satisfaction des consommateurs: précisions conceptuelles*, Actes du 17ième congrès international de l'AFM, mai 2001, Deauville, 2001
2. Bruhn, M., (2001) – *Orientarea spre client. Temelia afacerii de succes*, Editura Economică, București
3. Bruhn, M., - *Relationship marketing*, Munchen, Vahlen, 2001
4. 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
5. Dwyer, F.R., Tanner Jr., J.F., – *Business Marketing, Connecting Strategy, Relationship and Learning*, Mc-Graw Hill, 2003

- 6.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
- 7.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
- 8.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
- 9.Webster F.E. Jr, – *The Changing Role of Marketing in the Corporation*, Journal of Marketing, nr. 56, octombrie 1992, pg 1
10. Zaiț L – *Managementul relațiilor cu clienții*, Editura Alma Mater, Bacău, 2012.

VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

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

VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor: examen

I. Disciplina: *Comunicare și schimbare socială*

II. Statutul disciplinei: obligatoriu opțional facultativ

III. Precondiții

IV. Conținutul disciplinei:

Curs

1. Ce este schimbarea socială? Definiții și teorii: A. Comte, E. Durkheim, H. Spencer
2. Realitatea ca proiect social; Globalizare și schimbare socială
3. Teorii ale acțiunii sociale și teorii ale echilibrului social
4. Limbaj, comunicare și schimbare socială
5. Conformismul- principala formă de schimbare socială
6. Obediența sau influența autorităților
7. Tipuri de solidaritate socială și manifestarea lor în societate
8. Tipuri de schimbări sociale: evoluție, revoluție, progres, regres
9. Influența socială și formele ei de manifestare: persuadare, convingere, manipulare, minciună
10. Credințe și convingeri în atitudinea față de schimbarea socială
11. Schimbarea și dezvoltarea organizațională
12. Dilemele sociale: presiunea socială, de la interesul personal la interesul colectiv
13. Spațiul public: cadrul definitoriu al comunicării și schimbării sociale
14. Comunicarea în spațiul public românesc

Seminar

1. Toleranță și intoleranță în societățile contemporane
2. Obediența și manifestarea ei în cadrul grupurilor
3. Principalii factori care contribuie la schimbarea de atitudine
4. Solidaritatea socială între mit și realitate
5. Schimbare socială și cultura politică
6. Indiferența manifestată în situațiile cotidiene
7. Modelarea personalității prin observarea televiziunii

IV. Bibliografia minimală obligatorie:

1. Boncu, Ștefan, *Psihologia influenței sociale*, Editura Polirom, Iași, 2002.
2. Mucchielli, Alex, *Arta de a influența*, Editura Polirom, Iași, 2002.

3. Voicu, Bogdan, Rusu, Horțiu, Popa, Adela Elena (ed.), *Este România altfel? Societatea și sociologia ... încotro?*, Editura Universității „Lucian Blaga”, Sibiu, 2015.

VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
6	2x14=28	2x14=28	-	-	5

VII. Procedura de evaluare cunoștințelor: *examen*

I. Disciplina: *Antreprenoriat*

II. Statutul disciplinei: obligatoriu opțional facultativ

III. Precondiții -

IV. Conținutul disciplinei:

Antreprenoriatul - Definiții, terminologie, Caracteristici, Abordări microeconomice și macroeconomice

Antreprenoriatul rural, antreprenoriatul agricol, Noțiuni de bază, termeni specifici, Caracteristicile din mediul rural, Abordarea comprehensivă

Politici în domeniul antreprenoriatului

Formarea unei culturi a antreprenoriatului

Tipologia afacerilor

Incubarea, conducerea și lichidarea afacerilor

Cumpărarea, vânzarea, franciza în afaceri

Planul de afaceri

Etica în activitatea de antreprenoriat

Responsabilitatea antreprenorului

V. Bibliografia minimală obligatorie

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

VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

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

VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor: *colocviu*

I. Disciplina: *Comunicare nonverbală în spațiul public*

II. Statutul disciplinei: obligatoriu opțional facultativ

III. Precondiții: -

IV. Conținutul disciplinei:

Curs

Structura și funcțiile comunicării nonverbale. Kinezica. Proxemica. Artefactele. Expresiile faciale. Oculezica. Haptica. Paralimbajul. Olfactica. Cronemica. Gesturile și postura. Metode de cercetare ale comunicării nonverbale

Seminar

Comunicarea nonverbală în teatru. Comunicarea nonverbală în filmele mute. Comunicarea nonverbală în publicitate. Comunicarea nonverbală în politică. Comunicarea nonverbală în emisiunile tv. Valențe culturale ale comunicării nonverbale. Utilizarea eficientă a comunicării nonverbale în discursurile publice

V. Bibliografia minimală obligatorie:

1. Bremmer, J., Roodenburg, H., ed., *O istorie culturală a gesturilor. Din antichitate și până în zilele noastre. 31 ilustrații*, București, Polimark, 2000
2. Chelcea, S., Ivan, L., Chelcea, A., *Comunicarea nonverbală: gesturile și postura*, București, Comunicare.ro, 2005
3. Messinger, J., *Gesturile care îi trădează pe politicieni*, București, Editura Litera, 2012
4. Messinger, J., Messinger, C., *Cartea gesturilor. O gramatică gestuală completă, explicată și ilustrată*, București, Editura ALL, 2013/2014
5. Pease, A., Pease, B., *Enciclopedia limbajului trupului*, București, Editura POLIMARK, 2008

VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
6	1x12=12	2x12=24	-	-	3

VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor: colocviul

I. Disciplina: *Marketing*

II. Statutul disciplinei: obligatoriu opțional facultativ

III. Precondiții -

IV. Conținutul disciplinei:

1. Marketingul în societate și în economie
2. Mediul de marketing al întreprinderii
3. Politica și strategia de marketing
4. Politica de produs
5. Politica de preț
6. Politica de distribuție
7. Politica promoțională
8. Managementul marketingului

V. Bibliografia minimală obligatorie

1. Balaure, Virgil (coord), *Marketing*, Editura Uranus, Bucuresti, 2000 (Ed. I), 2002 (Ed. II);
2. Kotler, Philip, *Principiile marketingului*, Editura Teora, Bucuresti, 1999;
3. Kotler, Philip, *Managementul marketingului*, Editura Teora, Bucuresti, 1997;
4. Florescu, Constantin (coord.), *Marketing*, Editura Marketer, București, 1992;

5. Prihoancă, Diana, Marketing. Suport de curs ID, Editura Alma Mater, Bacău, 2015.

VI. Fond de timp alocat pe forme de activitate

Semestrul	Forme de activitate/ număr de ore				Număr de credite
	Curs	Seminar	Laborator	Proiect	
6	2x12=24	1x12=12	-	-	3

VII. Procedura de evaluare a cunoștințelor: colocviu

DECAN,

Conf. univ. dr. Brîndușa-Mariana Amălăcei

Director departament,

Conf. univ. dr. Luminița Drugă

Observații:

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

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

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

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

Observația de mai sus este solicitarea ministerului pentru vizarea diplomei.

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

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

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

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

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

La bibliografie se trec titlurile semnificative sau reprezentative.

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