



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Introducere în relații publice			
2.2 Titularul activităților de curs: Lect dr Nistor Eugeniu			
2.3 Titularul activităților practice: Lector dr. Eugeniu Nistor			
2.4 Anul de studii: I	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: E	2.7 Regimul disciplinei: Obl

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 6	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 42	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 28		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 27		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 27		
- tutorial:		
- examinări: 1		
- alte activități:		
3.8 Total ore de studiu individual: 83		
3.9 Total ore pe semestru: 125		
3.10 Număr de credite: 5		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum: Obiectivul principal îl constituie inițierea studenților în multitudinea și varietatea activităților desfășurate în spațiul convenit ca fiind al relațiilor publice – elaborarea și transmiterea mesajelor în spațiul public, inițierea și menținerea relațiilor cu presa; culegerea și sistematizarea datelor cu privire la organizații și publicuri; conceperea, implementarea și evaluarea acțiunilor specifice; consilierea membrilor organizației, cu precădere a liderilor acesteia; organizarea unor evenimente speciale; pregătirea cuvântărilor în public; crearea unor produse de comunicare cu ajutorul mijloacelor tipografice, fotografice, audio-video, multimedia etc.; pregătirea profesională a membrilor organizației; stabilirea și menținerea contactelor cu diverse publicuri implicate etc. –, precum și: multitudinea și eterogenitatea funcțiilor sau obiectivelor asumate în același perimetru – crearea / edificarea / producerea / stabilirea / asigurarea încrederii, înțelegerii și simpatiei; atragerea atenției, stârnirea interesului și înscuturarea nevoilor; crearea / cultivarea / prezervarea relațiilor sociale, îndeosebi a relației de comunicare; crearea înțelegerii mutuale și obținerea acordului; identificarea, reprezentarea și ajustarea intereselor; influențarea opiniei publice; rezolvarea conflictelor; crearea consensului; etc. Toate acestea par a face cu neputință formularea unei definiții atotcuprinzătoare și unanim acceptate pentru conceptul de relații publice.
4.2 de competențe: Studenții trebuie să fie bine pregătiți, pentru o structurare eficientă a noțiunilor de bază ale relațiilor publice, pentru însușirea unor teorii fără de care procesul în sine al relaționării publice nu poate fi înțeles.

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: Videoproiector, calculator, internet
5.2 a activităților practice: Videoproiector, calculator, internet

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:

C2. Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC)

C2.1 Identificarea și înțelegerea teoriilor cu privire la gestiunea informațiilor, comunicarea mediatică, sistemele media, dinamica acestora și la efectele comunicării mediatice.

C 3. Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în procesul de relații publice

C 3.1 Definirea conceptelor, teoriilor, paradigmelor și metodologiilor utilizate în analiza comunicării.

C 3.2 Tratarea comunicării și a publicului/ audienței din perspectiva unor parametri specifici domeniului.

C 3.3 Utilizarea unor metode de cercetare pentru definirea problemelor de interes public și rezolvarea acestora prin modele de planificare specifice.

C 3.4 Identificarea și utilizarea unor tehnici și indicatori relevanți pentru monitorizarea și evaluarea proceselor de comunicare.

C 3.5 Elaborarea unui plan de comunicare eficientă în situații definite de comunicare publică.

Prezentarea rezultatelor unei cercetări de relații publice într-un format standard de comunicare.

6.2 transversale:

CT1 Rezolvarea în mod realist – cu argumentare atât teoretică, cât și practică – a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora.

CT2 Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice

Participarea la realizarea unui proiect în echipă, cu îndeplinirea unor funcții profesionale date.

CT3 Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii.

Identificarea nevoii de formare profesională și realizarea unui plan de carieră, prin utilizarea resurselor informaționale.

6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:

Familiarizarea studenților cu conceptele de bază ale domeniului, cu noile teorii și paradigme legate de procesul complex al relațiilor publice.

7.2 Obiective specifice:

Cunoașterea, înțelegerea și însușirea cunoștințelor teoretice și metodologice, în vederea abordării corecte și eficiente a oricăror situații de comunicare și relaționare din spațiul public.

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Delimitarea domeniului. Definiții alternative și complementare	Prelegere	Se aleg, din bibliografie, cărțile corespunzătoare	-	2
2	Relațiile publice din perspectivă organizațională.	Prelegere	Se aleg, din bibliografie, cărțile corespunzătoare	-	2
3	Dispute privind înțelesul cadrului crono-spațial de afirmare a relațiilor publice	Prelegere	Se aleg, din bibliografie, cărțile corespunzătoare	-	2
4	Interacțiunea simbolică și domeniul relațiilor publice.	Prelegere	Se aleg, din bibliografie, cărțile corespunzătoare	-	2
5	Teoria adaptării (concilierii) și teoria celor 3 i (interes, inițiativă, imagine)	Prelegere	Se aleg, din bibliografie, cărțile corespunzătoare	-	4
6	Aspecte legate de conținutul și eficiența relațiilor publice.	Prelegere	Se aleg, din bibliografie, cărțile corespunzătoare	-	4
7	Modele istorice și modele actuale ale relațiilor publice	Prelegere	Se aleg, din bibliografie, cărțile corespunzătoare	-	4
8	Organizații și publicuri. Tipologii ale publicului	Prelegere	Se aleg, din bibliografie, cărțile corespunzătoare	-	4
9	Interferențe ale relațiilor publice cu alte domenii: jurnalismul, publicitatea, marketingul, propaganda ș.a.	Prelegere	Se aleg, din bibliografie, cărțile corespunzătoare	-	4

Bibliografie

Bibliografie *

1. Paul Dobrescu, Alina Bărgăuanu, Nicoleta Corbu, Istoria comunicării, Ed. Comunicare.ro, București, 2007.
2. Scott M. Cutlip, Aileen H. Center, Glen M. Broom, Relații publice eficiente, ediție îngrijită de Lucian Pricop, postfață la ediția română de Remus Pricopie, ediția a IX-a, București, Ed. Comunicare.ro, 2010.
3. George David, Relații publice – garanția succesului, Ed. Oscar Print, București, 2003.
4. Edward L. Bernays, Cristalizarea opiniei publice, traducere de Florin Paraschiv, cuvânt înainte de Florin

Dumitrescu, studiu introductiv de Remus Pricopie, Ed. Comunicare.ro, București, 2003.
5. Cristina Coman, Relațiile publice. Principii și strategii, Ed. Polirom, Iași, 2001;
6. Ralf Leinemann, Elena Baikalteva, Eficiența în relațiile publice, traducere de Andreea Dumitru, prefață de Remus Pricopie, Ed. Comunicare.ro, București, 2007.
7. Benoît Heibrunn, Logo-ul, trad. de Cecilia Ștefănescu, cuvânt înainte de Mihaela Nicola, Ed. Comunicare.ro, București, 2002.
8. Edward L. Bernays, Relații publice, traducere de Alina Stredie, cuvânt înainte de Vasile Sebastian Dâncu Ed. Alexandria Publishing House, Suceava, 2015.
* Se aleg 4 cărți

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Tipuri și categorii de public în practica relațiilor publice	Lecturi, dezbateri	Se aleg, din bibliografie, cărțile corespunzătoare	-	2
2	Profilul consilierului în relații publice, așa cum este descris în cartea lui Edward R. Bernays – "Cristalizarea opiniei publice".	Lecturi, dezbateri	Se aleg, din bibliografie, cărțile corespunzătoare	-	2
3	Identitate publică, imagine și reputație la nivelul organizației.	Lecturi, dezbateri	Se aleg, din bibliografie, cărțile corespunzătoare	-	2
4	Componentele sferei publice (politică, economică, civilă).	Lecturi, dezbateri	Se aleg, din bibliografie, cărțile corespunzătoare	-	2
5	Practica relațiilor publice și comunicarea strategică.	Lecturi; conversații euristice	Se aleg, din bibliografie, cărțile corespunzătoare	-	2
6	Relațiile publice ca terapie organizațională și socială.	Lecturi; conversații euristice	Se aleg, din bibliografie, cărțile corespunzătoare	-	2
7	Elemente practice ale relațiilor publice descrise în lucrarea lui Scott M. Cutlip – "Relațiile publice eficiente".	Activități aplicative (exerciții)	Se aleg, din bibliografie, cărțile corespunzătoare	-	2

Bibliografie
Bibliografie *
1. Dumitru Iacob, Diana-Maria Cismaru, Organizația inteligentă, Ed. Comunicare.ro, București, 2010.
2. Walter Limppmann, Opinia publică, trad. Gigi Mihăiță și Dan Flonta, note la ediția română de Dan Flonta, prefață de Paul Dobrescu, introducere de Michael Curtis, Ed. Comunicare.ro, București, 2009.
3. Pricopie, Remus, Relațiile publice. Evoluție și perspective, Ed. Tritonic, București, 2004;
4. Rogojinaru, Adela, Relațiile publice. Fundamente interdisciplinare, Ed. Tritonic, București, 2005;
5. Cristian Florin Popescu, Dicționar explicativ de jurnalism, relații publice și publicitate, Ed. Tritonic, București, 2002.
6. Dumitru Iacob, Diana-Maria Cismaru, Remus Pricopie, Relațiile publice. Coeziune și eficiență prin comunicare, Ed. Comunicare.ro, București, 2011.
7. Eugeniu Nistor, Introducere în filosofia comunicării și a relațiilor publice, cu focalizare pe aspectele de criză, Ed. Universității "Petru Maior", 2011.
8. Habermas, Jürgen, Sfera publică și transformarea ei structurală. Studiu asupra unei categorii a societății burgheze, traducere și note bibliografice de Janina Ianoși, ediția a II-a, București, Ed. Comunicare.ro, 2005.
9. Edward L. Bernays, Relații publice, traducere de Alina Stredie, cuvânt înainte de Vasile Sebastian Dâncu Ed. Alexandria Publishing House, Suceava, 2015.
* Se aleg 4 cărți

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

Disciplina răspunde nevoii instituțiilor și actorilor sociali de înțelegere și implicare în acțiuni specifice mediului organizațional.
--

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Cunoștințe teoretice	Întocmire referate	40

- în timpul activității practice	Cunoștințe teoretice și aplicative	Lucrări la minut	40
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Cunoștințe teoretice și aplicative	Colocviu - scris	10
- examen practic final	Cunoștințe teoretice și aplicative	Eseuri, teste conceptuale	10
Standard minim de performanță: Insusirea cunostintelor de baza ale disciplinei			

11. Orar consultații studenți

Lect dr Nistor Eugeniu	Miercuri 12-14
------------------------	----------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Fundamente ale sistemului mass-media			
2.2 Titularul activităților de curs: Lect dr Nistor Eugeniu			
2.3 Titularul activităților practice: Lector dr. Eugeniu Nistor			
2.4 Anul de studii: I	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Obl

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 6	3.2 din care curs: 2	3.3 activități practice: 4
3.4 Total ore din planul de învățământ: 42	3.5 din care curs: 14	3.6 activități practice: 28
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 14		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 28		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 8		
- tutorial: 4		
- examinări: 4		
- alte activități: 0		
3.8 Total ore de studiu individual: 58		
3.9 Total ore pe semestru: 100		
3.10 Număr de credite: 4		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum: Scopul cursului constă în inițierea studenților în multitudinea și varietatea activităților desfășurate în spațiul public prin comunicarea de masă, în corecta înțelegere a progreselor istorice din cultura și civilizația umană, înregistrate tocmai datorită evoluției mijloacelor de comunicare (scrisul, tiparul, fotografia, radioul, cinematografia, televiziunea, internetul ș.a), dar și în asimilarea unor cunoștințe teoretice fundamentale ale domeniului (idei, concepte, teorii).
4.2 de competențe: Studenții trebuie să stăpânească unele noțiuni elementare din zona mass-media, pentru o mai bună înțelegere și structurare a cunoștințelor de bază ale domeniului.

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: Necesită dotarea cu videoproiector
5.2 a activităților practice: Nu se acceptă cereri de amânare în predarea lucrărilor de seminar. Pentru predarea cu întârziere a referatelor, acestea vor fi depunctate cu 0,5 puncte / zi de întârziere.

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: C2. Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC) C2.1 Identificarea și înțelegerea teoriilor cu privire la gestiunea informațiilor, comunicarea mediatică, sistemele media, dinamica acestora și la efectele comunicării mediatice. C2.2 Identificarea particularităților utilizării specializate a diverselor tipuri media în comunicare.

C2.3 Utilizarea tehnologiilor adecvate în realizarea și comunicarea profesionalizată a diverselor produse de informare, cu respectarea dreptului publicului de a fi informat corect. C2.4 Utilizarea unor criterii și metode standard de evaluare a calității și limitelor folosirii diverselor tehnologii în cadrul unor acte concrete de informare și comunicare. C2.5 Realizarea de portofolii cu privire la dimensiunea mediatică a unui act de informare și/ sau comunicare profesionalizată. Întocmirea unui plan de folosire a noilor tehnologii informaționale și media pentru un proiect concret de gestiune a informației și/ sau de comunicare profesionalizată. C 4. Realizarea și promovarea unui produs de relații publice.
6.2 transversale: CT1 Rezolvarea în mod realist – cu argumentare atât teoretică, cât și practică – a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora. CT2 Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice. CT3 Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii.
6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general: Familiarizarea cu noțiunile de bază ale domeniului, cu noile teorii și paradigme ale comunicării mediatice.
7.2 Obiective specifice: Înțelegerea și însușirea noțiunilor teoretice și metodologice, în vederea abordării corecte și eficiente, în orice situație, a mijloacelor media cele mai potrivite specificului spațiului public respectiv.

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Media – opinia publică: un binom dinamic. Conformismul și vulnerabilitățile opiniei publice	Prelegere	Se va alege din bibliografie o carte corespunzătoare	-	2
2	Glose la o morfologie istorică a mijloacelor de comunicare: descoperirea tiparului și frumusețea spirituală a lumii în Galaxia Gutenberg	Prelegere	Se va alege din bibliografie o carte corespunzătoare	-	2
3	Presa scrisă europeană și influența ei în transformările structurale ale societății în “epoca luminilor”	Prelegere	Se va alege din bibliografie o carte corespunzătoare	-	2
4	Cotidianul și periodicele din Marea Britanie, Franța, SUA etc., și rolul lor în democratizarea vieții publice moderne.	Prelegere	Se va alege din bibliografie o carte corespunzătoare	-	2
5	Radioul și cinematografia– ca mijloace comode de comunicare în sfera publică. Televiziunea – noua regină a mijloacelor de comunicare de masă	Prelegere	Se va alege din bibliografie o carte corespunzătoare	-	2
6	De la Arpanet la Internet și de la tehnofobi la tehnofili	Prelegere	Se va alege din bibliografie o carte corespunzătoare	-	2
7	Studiul noilor media și teoriile iscate de noul câmp mediatic și informațional: Teoria glonțului magic, Teoria fluxului comunicării în doi pași, Teoria utilizărilor și recompenselor, Teoria Agenda-setting, Teoria spirala tăcerii, Teoria cultivării, Teoria difuzării, Teoria schemelor, Teoriile hedoniste și evazionismul etc.	Prelegere	Se va alege din bibliografie o carte corespunzătoare	-	2

Bibliografie

Bibliografie*

1. Delia Balaban, Comunicarea mediatică, Editura Tritonic, București, 2009.
2. Michael Bland, Alison Theaker, David Wragg, Relațiile eficiente cu mass media, trad. și prefață Nicu Pană, Editura Comunicare. ro, 2003.
3. Ignacio Ramonet, Tirania comunicării, în românește de Matilda Banu, Editura Doina, București, 2000.
4. Jean-Noël Kapferer, Căile persuasiunii – model de influențare a comportamentelor prin mass-media și publicitate, trad. Lucian Radu, cuvânt înainte de Septimiu Chelcea, Ed. Comunicare.ro, București, 2002.
5. Jean-Noël Kapferer, Zvonurile, prefață de Septimiu Chelcea, trad. Mariana Vazaca, Editura Humanitas, București, 1993.
6. Alex. Mucchielli, Arta de a comunica. Metode, forme și psihologia situațiilor de comunicare, trad. de Giuliano Sfici, Gina Puică și Marius Romanu Editura Polirom, Iași, 2005.

7. Alex. Mucchielli, *Arta de a infuțența. Analiza tehnicilor de manipulare*, trad. Michaela Calcan, Editura Polirom, Iași, 2002.
8. Denis Mc Quail, Sven Windahl, *Modele ale comunicării pentru studiul comunicării de masă*, trad. Alina Bârgăuanu și Paul Dobrescu, prefată de Paul Dobrescu, Editura Comunicare.ro, București, 2010.
9. Elisabeth Noelle-Neumann, *Spirala tăcerii. Opinia publică – învelișul nostru social*, trad. de Vlad Cucu-Oancea, prefată de Alina Bârgăuanu, Editura Comunicare.ro, București, 2004.
10. Gabriel Tarde, *Opinia și mulțimea*, traducere și prefată de Nicoleta Corbu, Editura Comunicare.ro, București, 2007.
11. Paul F. Lazarsfeld, Bernard Berelson, Hazel Gaudet, *Mecanismul votului. Cum se decid alegerile într-o campanie prezidențială*, trad. Simona Drăgan, prefată Paul Dobrescu, Editura Comunicare.ro, București, 2004.
12. Paul Dobrescu, Alina Bârgăuanu, Nicoleta Corbu, *Istoria comunicării*, Editura Comunicare.ro, București, 2007.
13. Constantin Schifirneț (coordonator), *Europenizarea societății românești și mass-media*, Editura Comunicare.ro, 2011.
14. Walter Lippmann, *Opinia publică*, trad. Gigi Mihăiță și Dan Flonta, note la ediția română de Dan Flonta, prefată de Paul Dobrescu, introducere de Michael Curtis, Editura Comunicare.ro, București, 2009.
15. Scott M. Cutlip, Aileen H. Center, Glen M. Broom, *Relații publice eficiente*, ediție îngrijită de Lucian Pricop, prefată la ediția română de Remus Pricopie, ediția a IX-a, București, Editura Comunicare.ro, 2010.
16. Paul Dobrescu, Alina Bârgăuanu, *Mass-media și societatea*, Editura Comunicare.ro, ediția a doua, revăzută și adăugită, București, 2003.
17. Edward R. Bernays, *Cristalizarea opiniei publice*, traducere de Florin Paraschiv, cuvânt înainte de Florin Dumitrescu, studiu introductiv de Remus Pricopie, Editura Comunicare.ro, București, 2003.
18. Ion Stavre, *Comunicare audiovizuală*, Editura Tritonic, București, 2011.
19. Marshall McLuhan, *Galaxia Gutenberg*, Omul și era tiparului, cuvânt înainte Victor Ernest Mașek, traducere din limba engleză de L. și P. Năvodaru, Editura Politică, București, 1975.
20. Cristina Coman, *Relațiile publice. Principii și strategii*, Editura Polirom, Iași, 2001.
21. Bogdan-Alexandru Halic și Ion Chiciudean, *Analiza imaginii organizațiilor*, Editura comunicare.ro, București, 2004.
22. Eugeniu Nistor - „A press dispute with a large echo in the epoch the Blaga-Botta polemic”, p. 146-149, în vol. *Debates on Globalization approaching National Identity Through Intellectual Dialogue*, al Conferinței Internaționale GIDNI-II, Tg. Mureș, 28 mai 2015, Editura Arhipelag XXI, Tg. Mureș, 2015.
23. Eugeniu Nistor – „Crisis and crisis communication”, p. 251-267, în vol. *Iulian Boldea, Cornel Sigmirean (coord.) – Elites and South-East European Culture*, Editura Nuova Cultura, Roma, Italy, format B 5, 354 pagini, 2015.

* Se aleg 7 cărți

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Două aspecte semnificative ale comunicării mediatice: cultura orală și cultura scrisă	Lecturi, dezbateri	Se alege din bibliografie o carte	-	4
2	Binefacerile sociale ale tiparului și progresele științifice incontestabile înregistrate de omenire datorită acestuia	Lecturi, dezbateri	Se alege din bibliografie o carte	-	4
3	Idei culturale în actualitate în volumul „Galaxia Gutenberg”, a filosofului canadian Marshall McLuhan	Lecturi, dezbateri	Se alege din bibliografie o carte	-	4
4	Cotidianul – invenție britanică	Lecturi, dezbateri	Se alege din bibliografie o carte	-	4
5	Succesul publicațiilor periodice în secolul XX	Lecturi; conversații euristice	Se alege din bibliografie o carte	-	4
6	Filmul și cinematografia – ca mijloace de educație și propagandă între cele două conflagrații mondiale	Lecturi; conversații euristice	Se alege din bibliografie o carte	-	4
7	Timpurile se războie: colonizarea Europei de televiziunea americană. Ofensiva de nestăvilit a noilor media.	Activități aplicative (exerciții)	Se alege din bibliografie o carte	-	4

Bibliografie

Bibliografie *

1. Haineș, Rosemarie, *Imaginea instituțională*, Editura Tribuna Economică, București, 2003.
2. Pricopie, Remus, *Relațiile publice. Evoluție și perspective*, Editura Tritonic, București, 2004.
3. Rogojinaru, Adela, *Relațiile publice. Fundamente interdisciplinare*, Editura Tritonic, București, 2005.
4. Dumitru Iacob, Diana-Maria Cismaru, Remus Pricopie, *Relațiile publice. Coeziune și eficiență prin comunicare*, Editura Comunicare.ro, București, 2011.
5. George David, *Tehnici de relații publice. Comunicarea cu mass-media*, Editura Polirom, Iași, 2008.
6. Marian Petcu, *Jurnalism în România. Istoria unei profesii*, Ed. Comunicare.ro, București, 2005.
7. Barbie Zeiler, *Despre jurnalism la modul serios. Știrile din perspectivă academică*, trad. Raluca Radu, Editura

Polirom, Iași, 2007.

8. Pierre Albert, Istoria presei, trad. de Irina Maria Sile, prefață de Marian Petcu, Editura Institutul European, Iași, 2002.

9. Pamfil Șeicaru, Istoria presei, ediție îngrijită de George Stanca, Editura Paralela 45, Pitești, 2007.

10. x x x Din presa literară românească a secolului XIX, prefață de Romul Munteanu, antologie, note și glose de Aurel Petrescu, text stabilit de Geta Rădulescu-Dulgheru și Aurel Petrescu, Editura Tineretului, București, 1967.

11. Michael Palmer, Denis Ruellan, Jurnaliștii – vedete, scribi sau conștopiști, trad. din limba franceză Carmen Ionescu, Editura Tritonic, București, 2002.

12. Alina Bărgăoanu, Tirania actualității. O introducere în istoria și teoria știrilor, cuvânt înainte de Marian Petcu, Editura Tritonic, București, 2006.

13. Yves Agnès, Introducere în jurnalism, trad. de Ovidiu Nimigean, Editura Polirom, Iași, 2011.

14. Eugeniu Nistor - „A press dispute with a large echo in the epoch the Blaga-Botta polemic”, p. 146-149, în vol. Debates on Globalization approaching National Identity Through Intellectual Dialogue, al Conferinței Internaționale GIDNI-II, Tg. Mureș, 28 mai 2015, Editura Arhipelag XXI, Tg. Mureș, 2015.

15. Eugeniu Nistor – „Crisis and crisis communication”, p. 251-267, în vol. Iulian Boldea, Cornel Sigmirean (coord.) – Elites and South-East European Culture, Editura Nuova Cultura, Roma, Italy, format B 5, 354 pagini, 2015.

* Se aleg 7 cărți

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

Disciplina răspunde nevoii instituțiilor și actorilor sociali de înțelegere și acțiune specifice mediului organizațional.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Cunoștințe teoretice	Referate, teste conceptuale	10
- în timpul activității practice	Cunoștințe teoretice și aplicative	Referate, lucrări la minut	60
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Verificarea cunoștințelor teoretice	Examen sumativ: Raspunsuri scrise la intrebari si teste grila	20
- examen practic final	Verificarea abilităților de comunicare mediatică	Eseuri tematice	10
Standard minim de performanță: Insusirea cunostintelor de baza ale disciplinei.			

11. Orar consultații studenți

Lect dr Nistor Eugeniu	Miercuri 12-14
------------------------	----------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Metode de cercetare în științele sociale			
2.2 Titularul activităților de curs: Prof dr Georgescu Maria-Ana			
2.3 Titularul activităților practice: Georgescu Maria-Ana			
2.4 Anul de studii: I	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: E	2.7 Regimul disciplinei: Obl

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 8	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 4
3.4 Total ore din planul de învățământ: 56	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 28
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 28		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 23		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 10		
- tutorial: 5		
- examinări: 3		
- alte activități: 0		
3.8 Total ore de studiu individual: 69		
3.9 Total ore pe semestru: 125		
3.10 Număr de credite: 5		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: Sală dotată cu videoproiector și calculator cu sonorizare, cu tablă. Acces la internet
5.2 a activităților practice: Sală dotată cu videoproiector și calculator cu sonorizare, cu tablă. Acces la internet

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: CP 1.5 Elaborarea unor proiecte specifice de investigație și intervenție în domeniul de specialitate. CP 3.1 Definirea conceptelor, teoriilor, paradigmelor și metodologiilor utilizate în analiza comunicării. CP 3.3 Utilizarea unor metode de cercetare pentru definirea problemelor de interes public și rezolvarea acestora prin modele de planificare specifice.
6.2 transversale: CT1. Rezolvarea în mod realist, cu argumentare atât teoretică, cât și practică, a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora; CT2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere

ierarhice.

6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:

Aplicarea conceptelor, a teoriilor, paradigmelor și metodelor din domeniul științelor sociale la studierea realităților socio-umanului și a celor din domeniul specific al comunicării interumane.

7.2 Obiective specifice:

- dobândirea de competențe în realizarea de diagnoze, prognoze, barometre, studii de piață, studii de imagine și alte investigații practice de profil;
- înțelegerea tehnicilor de documentare individuală și în colaborare, cunoașterea etapelor cercetării științifice;
- dobândirea capacității de analiză a mediului socio-uman.

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Sociologia și elemente de epistemologie sociologică - Conceptul, problematica și funcțiile sociologiei - Sociologia - știință a societăților moderne și contemporane - Epistemologie și depășirea barierelor subiective și speculative - Domenii ale sociologiei și perspectiva sociologică	Prelegerea participativă, Prezentare PPT Interacțiunea multimedia	-	-	4
2	Proiectarea cercetării sociologice - Etapele cercetării sociologice - Exigențe metodologice	Conversația euristică, Prezentare PPT, Interacțiunea multimedia	-	-	2
3	Eșantionarea sau cercetarea selectivă - Cercetarea pe bază de eșantion și de lot de conveniență - Reprezentativitatea eșantionului - Eșantionări și tipuri de eșantioane	Prelegerea participativă, Prezentare PPT Interacțiunea multimedia	-	-	2
4	Experimentul în științele sociale - Caracterizare generală - Elemente și concepte pe care le implică experimentul - Tipuri de experimente - Etapele cercetării experimentale	Explicația, Discuția dirijată, Prezentare PPT Interacțiunea multimedia	-	-	2
5	Scale și tehnici de scalare - Măsurarea în cercetare - Tipuri de scale - Metode de scalare	Conversația euristică, Explicația Prezentare PPT, Interacțiunea multimedia	-	-	2
6	Metoda analizei documentelor. Investigarea surselor secundare - Definiția documentului - Clasificarea documentelor - Analiza documentelor - Natura informațiilor secundare	Explicația, Discuția dirijată, Interacțiunea multimedia	-	-	2
7	Ancheta și sondajul de opinie - Tipuri de anchetă - Raportul cercetare-anchetă-sondaj - Valoarea anchetei sociologice	Demonstratia, Prezentare PPT, Interacțiunea multimedia	-	-	2
8	Chestionarul ca instrument de lucru - Definiție și clasificare - Reguli de construire a întrebărilor - Structura chestionarelor. Logica întocmirii lor	Conversația euristică, Prezentare PPT, Interacțiunea multimedia	-	-	2
9	Erori frecvente în anchete și sondaje - Conceptul de „eroare” - Tipuri de erori	Explicația, Discuția dirijată, Prezentare PPT, Interacțiunea multimedia	-	-	2
10	Metoda interviului - Specificul interviului sociologic - Tipurile interviului sociologic - Regulile aplicării interviului	Conversația euristică, Prezentare PPT, Interacțiunea multimedia	-	-	2

11	Observația sociologică - Caracteristici și condiții - Tipuri și reguli ale observației	Prelegerea participativă, Prezentare PPT Interacțiunea multimedia	-	-	2
12	Tehnici simple de prelucrare și valorificare a datelor - Distribuțiile de frecvență - Exprimarea procentuală - Reprezentările grafice - Indicatorii de poziție și de dispersie	Explicația, Exemplificarea, Interacțiunea multimedia	-	-	4

Bibliografie

Bibliografie obligatorie

- Georgescu, Maria-Ana – Aspecte ale proiectării și finalizării studiilor sociologice, în Sociologie, Ed. Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca, 2005, pp.19-111.
- Giddens, Anthony – Metodele de cercetare, în Sociologie, Ed. ALL, Bucuresti, 2010, pp.82-96.
- Mihăilescu, Ion – Ramuri și metode de cercetare, în Sociologie generală, Ed. Polirom, Iasi, 2003, pp.38-54.
- Ștefănel, Adriana - Teorii și Metode de Cercetare în Științele Comunicării, Univ.București, 2020, Disponibil: <https://www.facebook.com/watch/?v=707862919787416>

Bibliografie facultativă

- Chelcea, Septimiu - Metodologia cercetării sociologice, București, Ed. Economică, 2001.
- Halic, Bogdan și Chiciudean, Ion (2007) Analiza imaginii organizațiilor, Ed.Comunicare ro, București.
- Mărginean, Ioan – Proiectarea cercetării sociologice, Ed. Polirom, Iași, 2000.
- Rotariu, Traian și Iluț, Petru (coord) – Probleme metodologice ale sociologiei, în Sociologie, Ed. Mesagerul Cluj-Napoca, 1996, pp.39-67.
- Zamfir, C și Vlăsceanu, L. (coord.) - Dicționar de sociologie, Ed. Babel, București, 1993.

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Perspectiva sociologică și studiul riguros al societății Faptul social	Dezbaterea, Teste conceptuale, Interacțiunea multimedia	-	-	2
2	Metode calitative	Conversația euristică Interacțiunea multimedia	-	-	2
3	Metode cantitative	Conversația euristică Interacțiunea multimedia	-	-	2
4	Construirea instrumentelor de cercetare. Validitate și fidelitate	Exercițiul, explicația Interacțiunea multimedia	-	-	2
5	Tipuri de întrebări în chestionare	Exercițiul, explicația, Teste conceptuale Interacțiunea multimedia	-	-	2
6	Structurarea și elaborarea unui chestionar	Explicația, exercițiul Interacțiunea multimedia	-	-	4
7	Instrumente de lucru	Explicația, exercițiul, Interacțiunea multimedia	-	-	2
8	Analiza unor documente statistice	Studiul de caz, Observația dirijată Interacțiunea multimedia	-	-	2
9	Interviul de producere a datelor și interviul comprehensiv	Conversația euristică, Interacțiunea multimedia	-	-	2
10	Delimitarea universului cercetării și a unităților de înregistrare	Exercițiul, Interacțiunea multimedia	-	-	2
11	Tehnica documentării. Tipuri și surse de date	Explicația, Discuția dirijată Interacțiunea multimedia	-	-	2
12	Elementele raportului de cercetare	Simularea, Interacțiunea multimedia	-	-	4

Bibliografie

Bibliografie obligatorie

- Cerevco, Iulia - Rezultatele cercetării privind impactul COVID-19 asupra vieții sociale și economice din perspectiva egalității de gen, Raport Națiunile Unite Moldova, 2020, Disponibil: <https://moldova.un.org/ro/49552-rezultatele-cercetarii-privind-impactul-covid-19-asupra-vietii-sociale-si-economice-din>

2. Rotariu, Traian; Iluț, Petru – Ancheta sociologică și sondajul de opinie, Ed.Polirom, Iași, 1997.
3. Jupp, Victor - Dicționar al metodelor de cercetare socială, Ed. Polirom, Iași, 2010.

Bibliografie facultativă

4. Babbie, Earl – Practica cercetării sociale, Ed. Polirom, Iași, 2010.
5. De Singly, F., Blanchet, A., Gotman, A., & Kaufmann, J. C. - Ancheta și metodele ei: chestionarul, interviul de producere a datelor, interviul comprehensiv, Ed.Polirom, Iași, 1998.
6. Otovescu, Dumitru (Coordon.) – Metodologie sociologică, în Tratat de sociologie generală, Ed. Beladi, Craiova, 2010.

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

Formarea capacităților de raportare obiectivă la realitatea socială, de studiere sistematică și riguroasă a problemelor sociale. Disciplina „Metode de cercetare în științele sociale” răspunde nevoii organizațiilor publice și/sau private pentru cunoașterea societății, comunităților, organizațiilor.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Delimitarea în mod corect a noțiunilor de metodologie a cercetării utilizate; analizarea și interpretarea materialului documentar; exprimarea și susținerea unui punct de vedere argumentat privitor la o anumită problemă.	Evaluare formativă, orală – discuția dirijată, aprecierea activismului și participarea la dialog	10
- în timpul activității practice	Întocmirea și prezentarea unui referat/ proiect din tematica metodologiei sociologice. Identificarea problemelor sociale și antrenarea în găsirea de soluții.	Evaluare formativă - punctaj obținut prin evaluarea referatului/proiectului /instrumentului de cercetare și susținerea orală a subiectelor redacționale; punctaj pe baza unei medii a prezențelor, a participării la dezbateri, a susținerii referatului/proiectului în seminar, stabilit de comun acord.	40
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Evaluarea scrisă Rezolvarea subiectelor de examen	Grilă – Teste conceptuale cu întrebări închise și deschise	50
- examen practic final	-	-	0
Standard minim de performanță: Este necesară întocmirea de referat/eseu/proiect pentru acces la examen; întocmirea unui portofoliu de documente cu termen de predare cel târziu la ultimul seminar programat. Promovarea examenului se face numai prin rezolvarea corectă a cel puțin o treime din grilele testului scris.			

11. Orar consultații studenți

Prof dr Georgescu Maria-Ana	30 de minute după seminar
-----------------------------	---------------------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Limba modernă - engleză (1)			
2.2 Titularul activităților de curs: -			
2.3 Titularul activităților practice: Conf dr Han Bianca-Oana			
2.4 Anul de studii: I	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Opt

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 2	3.2 din care curs: 2	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 14	3.5 din care curs: 0	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 10		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 18		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 6		
- tutorial: 0		
- examinări: 2		
- alte activități: 0		
3.8 Total ore de studiu individual: 36		
3.9 Total ore pe semestru: 50		
3.10 Număr de credite: 2		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
-
5.2 a activităților practice:
videoproector, acces la internet

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
Comunicare eficientă: Studenții își vor dezvolta și completa abilitățile de comunicare în limba engleză, ceea ce este esențial în multe medii profesionale internaționale.
Scriș și redactare: Cursurile de limba engleză pot acoperi abilitățile de scriere, de la e-mail-uri și rapoarte la documente mai complexe.
Vocabular și terminologie specifică: studenții își vor dezvolta și îmbogăți un vocabular bogat și specific domeniului lor de activitate
Abilități de ascultare și înțelegere auditivă: studenții vor dezvolta abilități de ascultare pentru a înțelege discursuri, prezentări și interacțiuni profesionale.
Competențe culturale: studenții vor avea acces la discuții ce pot include aspecte ale culturii de afaceri și a modului de funcționare a mediului de lucru în țările de limbă engleză.

Negociere și prezentare: studenții vor învăța tehnici de negociere și abilități de prezentare în limba engleză. Abilități de interacțiune socială și networking: studenții vor putea dezvolta abilități de interacțiune socială care să îi ajute în situații profesionale, cum ar fi participarea la conferințe, întâlniri și evenimente de networking.
6.2 transversale: Comunicare eficientă: Dezvoltarea abilităților de comunicare scrisă și orală în limba engleză îi va ajuta pe studenți să comunice mai eficient și clar, indiferent de context. Adaptabilitate: Învățarea unei limbi străine implică adesea expunerea la diverse culturi și contexte. Această experiență poate contribui la dezvoltarea unei atitudini mai flexibile și a capacității studenților de a se adapta la situații noi. Gândire critică: Cursurile de limbă engleză pot implica analiza și interpretarea textelor, ceea ce contribuie la dezvoltarea gândirii critice și a abilităților de analiză. Rezolvarea problemelor: Învățarea unei limbi străine poate implica rezolvarea de probleme legate de comunicare și înțelegerea unor concepte noi, dezvoltând astfel abilități de rezolvare a problemelor. Autodisciplină și gestionarea timpului: Participarea la cursuri de limbă necesită adesea disciplină personală și gestionarea eficientă a timpului pentru a studia și a practica. Încredere în sine: Dezvoltarea abilităților în limba engleză poate crește nivelul de încredere în propria capacitate de comunicare și interacțiune într-un mediu în care limba engleză este utilizată. Colaborare și networking: Interacțiunea cu alți studenți și profesori în cadrul unui curs poate stimula abilitățile de colaborare și networking, care sunt utile în multe domenii profesionale. Cunoașterea culturală: Învățarea limbii engleze poate merge mână în mână cu înțelegerea culturii anglofone, ceea ce te poate face mai conștient și mai deschis la diversitatea culturală.
6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general: Studenții din cursurile de limba engleză vor dezvolta și îmbunătăți abilitățile lor de comunicare pentru mediile profesionale internaționale.
7.2 Obiective specifice: Studenții vor învăța abilități de scriere și editare, vocabular și terminologie specifică, abilități de ascultare și înțelegere, competențe culturale, tehnici de negociere și prezentare, precum și abilități de interacțiune socială și networking. Aceste abilități vor fi valoroase pentru diferite aspecte ale vieților lor profesionale viitoare.

8.1 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	English Tenses - Present and past	prezentare aspecte teoretice+exerciții, fișe de lucru	-	-	2
2	English Tenses - Present perfect and past perfect	prezentare aspecte teoretice+exerciții, fișe de lucru	-	-	2
3	English Tenses - Future; revision	prezentare aspecte teoretice+exerciții, fișe de lucru	-	-	2
4	English Modals	prezentare aspecte teoretice+exerciții, fișe de lucru	-	-	2
5	English Passive Voice and Reported Speech	prezentare aspecte teoretice+exerciții, fișe de lucru	-	-	2
6	Questions and auxiliary verbs; revision	prezentare aspecte teoretice+exerciții, fișe de lucru	-	-	2
7	Revision Exercises	prezentare aspecte teoretice+exerciții, fișe de lucru	-	-	2

Bibliografie

Chilărescu M. & C. Paidos. (1996) Proficiency in English. Iasi: Institutul European

Haines, S. et al., Advanced Grammar in Use: Supplementary Exercises with Answers, Cambridge: CUP, 2007;

McCarthy, M. & Felicity O'Dell. (2005) English Collocations in Use. Cambridge: CUP

Murphy, R. ENGLISH GRAMMAR IN USE, Fifth Edition, Cambridge University Press, 2019

Vince, M. Advanced Language Practice, Oxford: Heinemann, 2015

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

-

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere
----------------	----------------------	--------------------	---------

			din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	-	-	0
- în timpul activității practice	participare activă, implicare în efectuarea exercițiilor	monitorizare pe parcurs	25
Evaluare finală			
- examen teoretic final	asimilarea aspectelor teoretice necesare	testare orală și scrisă pentru verificarea cunoștințelor	25
- examen practic final	capacitatea de rezolvare corectă a exercițiilor, pentru o bună exprimare și comunicare în limba modernă	testare orală și scrisă pentru verificarea cunoștințelor	50
Standard minim de performanță:			
-			

11. Orar consultații studenți

Conf dr Han Bianca-Oana	la cerere, după ore, 10 minute
-------------------------	--------------------------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Limba modernă - franceză (1)			
2.2 Titularul activităților de curs: -			
2.3 Titularul activităților practice:			
2.4 Anul de studii: I	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Opt

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 2	3.2 din care curs:	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 14	3.5 din care curs: 0	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe:		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren:		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri:		
- tutorial:		
- examinări:		
- alte activități:		
3.8 Total ore de studiu individual: 36		
3.9 Total ore pe semestru: 50		
3.10 Număr de credite: 2		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
4.2 de competențe:

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
5.2 a activităților practice:

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
6.2 transversale:
6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:
7.2 Obiective specifice:

8.1 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
Bibliografie					

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

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs			0
- în timpul activității practice			0
Evaluare finală			
- examen teoretic final			0
- examen practic final			0
Standard minim de performanță:			

11. Orar consultații studenți

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Limba modernă - germană (1)			
2.2 Titularul activităților de curs: -			
2.3 Titularul activităților practice:			
2.4 Anul de studii: I	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Opt

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 2	3.2 din care curs: 2	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 14	3.5 din care curs: 0	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe:		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren:		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri:		
- tutorial:		
- examinări:		
- alte activități:		
3.8 Total ore de studiu individual: 36		
3.9 Total ore pe semestru: 50		
3.10 Număr de credite: 2		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
-
5.2 a activităților practice:
Sală de seminar dotată cu echipament audio-video.

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
Participarea în contexte (de comunicare) profesionale și culturale care solicită abilități de comunicare și utilizarea unor cunoștințe (generale și semispecializate) în comunicarea în limba germană în domeniile de aplicație ale specializării;
Aplicarea adecvată a tehnicilor de comunicare orală și scrisă în domenii de larg interes și semispecializat;
6.2 transversale:
Gestionarea optimă a sarcinilor profesionale și deprinderea executării lor la termen, în mod riguros, eficient și responsabil;
Respectarea normelor de etică specifice domeniului;
Aplicarea tehnicilor de relaționare în grup și dezvoltarea capacităților empatice de comunicare interpersonală și de asumare de roluri specifice în cadrul muncii în echipă având drept scop eficientizarea activității grupului și

economisirea resurselor, inclusiv a celor umane.

6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:

Exersarea competențelor de comunicare în limba germană, necesare în practica profesională din domeniul administrației publice.

7.2 Obiective specifice:

A. Obiective cognitive

1. Utilizarea principalelor metode de transmitere și receptare a informației în limba germană;

B. Obiective procedurale

1. Aplicarea și interpretarea corectă a metodelor de traducere în concordanță cu trăsăturile specific ale contextului profesional;

2. Adaptarea metodelor la tipul situație și segmentul de receptori.

3. Delimitarea și aplicarea modalităților de lucru pentru realizarea unei comunicări în limba germană.

C. Obiective atitudinale

1. Conștientizarea responsabilității față de actul de comunicare în limba germană;

2. Implicarea proactivă în respectarea substanței termenilor din limba sursă în limba țintă în momentul traducerii textelor tehnice;

3. Dezvoltarea unor atitudini realiste și optimiste privind rolul educației în dezvoltarea societății.

8.1 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Exerciții aplicative: Articolul hotărât, articolul nehotărât și articolul zero. Anwendungsübungen: Der bestimmte Artikel, der unbestimmte Artikel und der Nullartikel.	exerciții, problematizare, explicații, activități individuale și de grup	-	-	2
2	Exerciții de formare a substantivelor și de utilizare a acestora în propozitii. Übungen zur Bildung von Substantiven und deren Verwendung in Sätzen.	exerciții, problematizare, explicații, activități individuale și de grup	-	-	2
3	Utilizarea corectă a adjectivului și adverbului în diferite contexte. Die korrekte Verwendung von Adjektiven und Adverben in verschiedenen Kontexten.	exerciții, problematizare, explicații, activități individuale și de grup	-	-	2
4	Utilizarea corectă a prepozițiilor în diferite contexte. Korrekte Verwendung von Präpositionen in verschiedenen Kontexten.	exerciții, problematizare, explicații, activități individuale și de grup	-	-	2
5	Exerciții aplicative: conjuncția. Anwendungsübungen: die Konjunktion.	exerciții, problematizare, explicații, activități individuale și de grup	-	-	2
6	6. Exerciții aplicative: particulele. Anwendungsübungen: die Partikeln.	exerciții, problematizare, explicații, activități individuale și de grup	-	-	2
7	Exerciții de utilizare a limbii germane în situații de comunicare scrisă și orală. Übungen zum Umgang mit der deutschen Sprache in schriftlichen und mündlichen Kommunikationssituationen.	exerciții, problematizare, explicații, activități individuale și de grup	-	-	2

Bibliografie

Balaș, O., Limba germană, Polirom, 2018, ISBN: 978-973-46-7621-7

Krenn, W., Puchta, H., Motive, Kursbuch, Hueber, 2016, ISBN: 978-3-19-031878-0

Krenn, W., Puchta, H., Motive, Arbeitsbuch, Hueber, 2016

Höldrich, B., Deutsch-Lesen und Schreiben, Hueber, 2013, ISBN: 978-3-19-457493-9

Myrthe, J., Grundkurs Deutsch, 2014, Expresion

Swerlowa, O., Grammatik im Gespräch, Langenscheidt, 2008, ISBN: 978-3-468-49497-0

Koithan, U., Schmitz, H., Sieber, T., Sonntag, R., Aspekte Mittelstufe Deutsch, Arbeitsbuch 1, Langenscheidt, 2007, ISBN: 9783468474729

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

Competențele procedurale și atitudinale ce vor fi achiziționate la nivelul disciplinei – vor satisface așteptările reprezentanților asociațiilor profesionale și angajatorilor din țară și din străinătate.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	-	-	0
- în timpul activității practice	Activitatea în cadrul seminarului, răspunsuri la întrebări, cunoașterea terminologiei, efectuarea temelor de casă.	verificare pe parcurs	25
Evaluare finală			
- examen teoretic final	-	-	0
- examen practic final	Cunoștințe teoretice și aplicative	test scris	75
Standard minim de performanță: Studentul va fi capabil să citească și să traducă un text tehnic de dificultate scăzută, să formuleze răspunsuri la întrebări simple pe temele studiate și să cunoască vocabularul tematic studiat.			

11. Orar consultații studenți

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Limba modernă - italiană (1)			
2.2 Titularul activităților de curs: -			
2.3 Titularul activităților practice:			
2.4 Anul de studii: I	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Opt

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 2	3.2 din care curs: 2	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 14	3.5 din care curs: 0	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe:		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren:		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri:		
- tutorial:		
- examinări:		
- alte activități:		
3.8 Total ore de studiu individual: 36		
3.9 Total ore pe semestru: 50		
3.10 Număr de credite: 2		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
-
5.2 a activităților practice:
Sală de laborator multimedia, sistem de amplificare audio, fotocopii, materiale pe suport electronic, proiector, xerox

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
C1 1 Cunoașterea și înțelegerea contextelor și rolurilor socioculturale, a convențiilor de comunicare orală și scrisă în limba străină în termeni de receptare (citit/ascultat), producere (scris/oral) și strategii lingvistice.
C1 2 Cunoașterea și înțelegerea contextelor și rolurilor, precum și a conceptelor, metodelor și a discursului/limbajului specific diverselor situații de comunicare profesională în mediul academic de limba străină, cu accent pe situația retorică, formele de comunicare scrisă și orală, etapele procesului de scriere, produsele scrisului academic din aria științelor sociale/exacte/umaniste, deontologia profesională și recunoașterea situațiilor de plagiat.
C2 1 Interpretarea relației dintre mesajul oral sau scris și contextul său, identificarea tehnicilor argumentative și de construcție a mesajului de tip științific în limba străină, cu precădere în situații de comunicare academică și

profesională.

C3 Comunicarea orală și scrisă, în limba programului de studii și într-o limbă de circulație internațională, a unor mesaje structurate referitoare la o problemă dată din specialitate

6.2 transversale:

CT1 Realizarea sarcinilor de lucru individuale pe baza modelelor de scriere și cu asistența profesorului, concretizate într-un portofoliu individual. Utilizarea componentelor domeniului studiului academic în limba străină în deplină concordanță cu etica profesională

CT2 Participarea la realizarea de proiecte de lucru în perechi și în echipă, cu accent pe familiarizarea cu rolurile în cadrul echipei

6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:

Studentii vor putea utiliza competent limba italiană, cel puțin la nivelul B2, în activitatea lor academică și în viitoarea activitate profesională.

7.2 Obiective specifice:

1. Cunoașterea și înțelegerea aprofundată a contextelor și rolurilor, precum și a conceptelor, metodelor și a discursului/limbajului specific diverselor situații de comunicare profesională în mediul academic de limba italiană, cu accent pe situația retorică, formele de comunicare scrisă și orală, etapele procesului de scriere și produsele scrisului academic, precum și pe deontologia profesională.
2. Utilizarea cunoștințelor aprofundate pentru explicarea și interpretarea diverselor modalități de comunicare scrisă (genuri de texte științifice) și orală (comunicări științifice) și a convențiilor ce guvernează redactarea textelor științifice în limba italiană în contextul studiilor de licență și al comunității profesionale extinse (naționale și internaționale).
3. Transferul conceptelor/principiilor/metodelor învățate în activități de receptare a textului scris și de producere vizând etapele procesului de scriere, organizarea și dezvoltarea ideilor, structura textului și strategiile de comunicare verbală orală și scrisă la standarde specifice limbii italiene specializate pentru discursul științific.

8.1 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Expunere, exerciții de citire – înțelegere, ascultare - înțelegere, exprimare orală.	Conversatia	-	-	2
2	Expunere, exerciții de citire – înțelegere, ascultare - înțelegere, exprimare orală.	Conversatia	-	-	2
3	Expunere, exerciții de citire – înțelegere, ascultare - înțelegere, exprimare orală.	Conversatia	-	-	2
4	Expunere, exerciții de citire – înțelegere, ascultare - înțelegere, exprimare orală.	Conversatia, problematizarea	-	-	2
5	Expunere, exerciții de citire – înțelegere, ascultare - înțelegere, exprimare orală.	Conversatia, problematizarea	-	-	2
6	Expunere, exerciții de citire – înțelegere, ascultare - înțelegere, exprimare orală.	Conversatia, problematizarea	-	-	2
7	Expunere, exerciții de citire – înțelegere, ascultare - înțelegere, exprimare orală.	Conversatia, problematizarea	-	-	2

Bibliografie

1. T. MARIN, MAGNELLI, S. Nuovo Progetto Italiano 3, Libro dello studente, Edilingua, Roma, 2007.
2. Armida RONCARI, BRIGHENTI, Carlo La lingua italiana per gli stranieri, Edizioni Scolastiche Mondadori, 1971.
3. Mariana STĂNCIULESCU-CUZA, GHERMAN Haritina, LĂZĂRESCU George Dicționar italian- român, Editura 100+1 Gramar, București, 2000.
4. Doina CONDREA DERER (coord.) Dicționar român –italian, Editura Gramar, București, 1999.

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

-

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			

- la curs	- îndeplinirea corectă și la timp a sarcinilor de lucru - însușirea vocabularului de specialitate - corectitudinea și adecvarea	Portofolii	10
- în timpul activității practice	- îndeplinirea corectă și la timp a sarcinilor de lucru - însușirea vocabularului de specialitate - corectitudinea și adecvarea	Evaluare pe parcurs	10
Evaluare finală			
- examen teoretic final	- îndeplinirea corectă și la timp a sarcinilor de lucru - însușirea vocabularului de specialitate - corectitudinea și adecvarea	Examen scris	60
- examen practic final	- îndeplinirea corectă și la timp a sarcinilor de lucru - însușirea vocabularului de specialitate - corectitudinea și adecvarea	Producere orală și scrisă	20
Standard minim de performanță: Prezența minimă la seminar 70%			

11. Orar consultații studenți

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Tehnici de lucru specializate			
2.2 Titularul activităților de curs: Lect dr Cistelecan Alexandru			
2.3 Titularul activităților practice: Alexandru Cistelecan			
2.4 Anul de studii: I	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: E	2.7 Regimul disciplinei: Obl

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 4	3.2 din care curs: 2	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 28	3.5 din care curs: 14	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 0		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 10		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 12		
- tutorial: 0		
- examinări: 0		
- alte activități: 0		
3.8 Total ore de studiu individual: 22		
3.9 Total ore pe semestru: 50		
3.10 Număr de credite: 2		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
-
5.2 a activităților practice:
Sala să fie dotată cu un proiector

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
6.1 profesionale:
C 3. Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în procesul de relații publice
C 3.1 Definirea conceptelor, teoriilor, paradigmelor și metodologiilor utilizate în analiza comunicării.
Prezentarea rezultatelor unei cercetări de relații publice într-un format standard de comunicare.
C 4. Realizarea și promovarea unui produs de relații publice
C 4.1. Identificarea conceptelor și metodelor adecvate dezvoltării unui produs de RP.
C 4.5. Elaborarea documentației pentru prezentarea unui produs RP.
Prezentarea unui produs realizat în cadrul practicii profesionale.

6.2 transversale:
6.2 transversale:
CT1 Rezolvarea în mod realist – cu argumentare atât teoretică, cât și practică – a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora.
6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:
7.1 Obiectivul general:
Disciplina își propune să formeze competențe în domeniul tehnicilor și strategiilor de redactare a textului, la nivelul diferitelor niveluri media, precum și în domeniul jurnalistic, din perspectiva relației dintre strategiile cognitive și strategiile lingvistice (a relației indestructibile dintre limbă și gândire).
7.2 Obiective specifice:
7.2 Obiective specifice:
• formarea competențelor de redactare a textului în domeniul mediatic; • formarea competențelor de elaborare a unui „articol” de presă, din perspectiva etapelor specifice, a strategiilor de elaborare, a situațiilor de comunicare media

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Principiile redactării de materiale pentru relațiile publice	Prelegere, problematizare, studii de caz	-	-	2
2	Comunicarea scrisă: redactarea unui CV, a unei scrisori de intenție, conceperea și realizarea cărților de vizită	Prelegere, problematizare, studii de caz, activități practice	-	-	4
3	Construcția textului jurnalistic	Prelegere, problematizare, studii de caz, activități practice	-	-	4
4	Construcția textului publicitar	Prelegere, problematizare, studii de caz, activități practice	-	-	4

Bibliografie

Kate Turabian, A Manual for Writers of Research Papers, Theses, and Dissertations, Chicago Press, 2013
Michael Ochsner, Research Assessment in Humanities: Towards Criteria and Procedures, Springer International, 2016

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	„Stilul este omul”: talent, tehnică și deprindere în munca de redactare	studii de caz, exerciții	-	-	4
2	Tehnica interviului	studii de caz, exerciții	-	-	4
3	Tehnica cercetării academice	studii de caz, exerciții	-	-	4
4	Scrisoare și oralitate în epoca contemporană	prelegeri, concluzii	-	-	2

Bibliografie

Wendy Laura Belcher, Writing Your Journal Article in Twelve Weeks, Chicago Press, 2019
Arlene Stein, Jessie Daniels, Going Public: A Guide for Social Scientists, University of Chicago Press, 2017

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

Studiul disciplinei permite studenților accesul la strategiile de comunicare media, la delimitarea genurilor jurnalistice (cunoștințe fundamentale necesare pentru următoarele etape de studiu, master, doctorat). Permite conștientizarea relației indestructibile dintre limbă și gândire, fundamentală pentru coerența discursului media, utilizat în jurnalistică și mass-media contemporană, de specialiști în domeniu, de cercetători.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	-	-	0

- în timpul activității practice	Exerciții de redactare în diverse registre	Redactarea de texte	50
Evaluare finală			
- examen teoretic final	-	-	0
- examen practic final	Redactarea unor texte în diverse registre	Examen scris	50
Standard minim de performanță: Capacitatea de a redacta un text jurnalistic simplu			

11. Orar consultații studenți

Lect dr Cistelean Alexandru	Marti, 12-14
-----------------------------	--------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Istoria comunicării			
2.2 Titularul activităților de curs: Conf dr Fodor Georgeta			
2.3 Titularul activităților practice: Iulia Oprea			
2.4 Anul de studii: I	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: E	2.7 Regimul disciplinei: Obl

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 8	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 4
3.4 Total ore din planul de învățământ: 56	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 28
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 20		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 20		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 20		
- tutorial: 4		
- examinări: 2		
- alte activități: 3		
3.8 Total ore de studiu individual: 69		
3.9 Total ore pe semestru: 125		
3.10 Număr de credite: 5		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

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

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: On-line pe platforma de e-learning pusă la dispoziție de universitate
5.2 a activităților practice: Acces internet, calculatoare, videoproiector

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: C2.2 Identificarea particularităților utilizării specializate a diverselor tipuri media în comunicare C 3.1 Definirea conceptelor, teoriilor, paradigmatelor și metodologiilor utilizate în analiza comunicării. C 4.5. Elaborarea documentației pentru prezentarea unui produs RP.
6.2 transversale: CT1 Rezolvarea în mod realist – cu argumentare atât teoretică, cât și practică – a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora CT2 Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice
6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:

Cursul își propune să familiarizeze studenții cu evoluția mijloacelor de comunicare de la primele forme de manifestare la cele mai recente tendințe introduse de „revoluția informatică” din ultimii patruzeci de ani.

7.2 Obiective specifice:

Cursul urmarește să ofere studenților posibilitatea de a înțelege contextul istoric în care s-au dezvoltat cele mai importante mijloace de comunicare dar și modul în care acestea au influențat evoluția societății.

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Prezentarea tematicii.	Prelegerea introdusă	-	-	2
2	Comunicarea prin intermediul imaginilor: pictograme, ideograme, arta.	Prelegerea; problematizarea	-	-	2
3	Tiparul, Reforma și primele forme de comunicare de masă	Prelegerea; problematizarea	-	-	2
4	Apariția presei (secc. XVIII-XIX)	Prelegerea; problematizarea	-	-	2
5	Revoluția industrială, progres, comunicare	Prelegerea; problematizarea	-	-	2
6	Noile mijloace de comunicare: radio, telefon, cinematograf	Prelegerea; problematizarea	-	-	2
7	Comunicarea în noua societate de masă	Prelegerea; problematizarea	-	-	2
8	Comunicare și propagandă în presa scrisă (sec. XX)	Prelegerea; problematizarea	-	-	2
9	Comunicarea și propagandă radiofonică (sec. XX)	Prelegerea; problematizarea	-	-	2
10	Comunicare și propagandă prin cinematograf	Prelegerea; problematizare	-	-	2
11	De la homo parlans la homo videns?	Prelegerea; problematizarea	-	-	2
12	Revoluția informatică și efectele asupra comunicării	Prelegerea; problematizarea	-	-	2
13	Spațiul virtual și noile forme de comunicare	Prelegerea; problematizarea	-	-	2
14	Media emergente și comunicare politică	Prelegerea; problematizarea	-	-	2

Bibliografie

- 1) Asa Briggs, Peter Burke, Mass-media. O istorie socială. De la Gutenberg la Internet, Polirom, Iași 2005;
- 2) Peter Simonson, David W. Park, The International History of Communication Studies, Routledge, New York 2016.

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Prezentarea tematicii, organizarea activităților de seminar.	Prezentarea, problematizarea, dezbateră	-	-	2
2	Comunicarea prin imagini. 'Ce-a vrut primul om să ne spună?'. Aplicații: pictura rupeștră	Prezentarea, problematizarea, dezbateră	-	-	2
3	Propaganda prin imagine: arta ca formă de comunicare. Studiu de caz: arhitectura, sculptura, pictura.	Prezentarea, problematizarea, dezbateră	-	-	4
4	De la manuscrisele medievale la revoluția tiparului.	Prezentarea, problematizarea, dezbateră pe marginea documentarului: The Machine that Made Us	-	-	4
5	Presa de mare tiraj. Aplicații. Ziare, reviste.	Prezentarea, problematizarea, dezbateră, studiu de caz	-	-	4
6	Societatea de masă și comunicare. Reclamele în presa. Studiu de caz.	Prezentarea, problematizarea, dezbateră	-	-	2

7	Propagandă în presa scrisă (sec. XX): prezentarea Primului Razboi Mondial; viața cotidiană, stirile sportive	Prezentarea, problematizarea, dezbaterile	-	-	4
8	Comunicarea și propagandă radiofonică (sec. XX)	Prezentarea, problematizarea, dezbaterile	-	-	2
9	Comunicare și propagandă prin cinematograf. Studii de caz: perioada comunistă	Prezentarea, problematizarea, dezbaterile	-	-	4

Bibliografie

Giovanni Sartori, Homo videns. Imbecilizarea prin televiziune și post-gândirea, Humanitas, București 2008;
 Peter Simonson, David W. Park, The International History of Communication Studies, Routledge, New York 2016.
 P. Burke, Eyewitnessing. The Uses of Images as Historical Evidence, London, Reaktion Books Ltd, 2001

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

<https://comm.osu.edu/courses/comm/1101>
<https://bcourses.berkeley.edu/courses/1457197/assignments/syllabus>
<https://mesacc.edu/~bruwn09481/class/Syllabus/pdf/syl100.pdf>

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Nu este cazul	Nu este cazul	0
- în timpul activității practice	Intervenții orale/scrise personalizate și creative prin aplicarea metodelor de gândire critică, de argumentare logică și persuasivă, cu argumentări din presa locală și sau națională, TV, Radio, Internet, statistici etc. privind tema de curs anterior/ utilizarea mijloacelor audio-video/ căutarea pe internet prin calculator ori alte device-uri; Corectitudinea informațiilor; structurarea corespunzătoare a eseului; respectarea indicațiilor primite în timpul seminarului	- Realizarea unui eseu cu caracter științific de depus pe platforma de e-learning până la termenul stabilit de titularul de seminar; - Prezentarea orală pe baza eseului transmis.	50
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Calitatea răspunsului, din punctul de vedere al conținutului și al formei de exprimare	Examen scris în formă de eseu scurt de redactat pe platforma de e-learning pusă la dispoziție de universitate	50
- examen practic final	Nu este cazul	Nu este cazul	0

Standard minim de performanță:

Studentul trebuie să demonstreze însușirea noțiunilor de bază privind evoluția formelor de comunicare din perspectiva istorică și dezvoltarea competențelor privind înțelegerea influenței sociale, științifice și tehnologice asupra formelor de comunicare.

11. Orar consultații studenți

Conf dr Fodor Georgeta	Luni 16-18
------------------------	------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Introducere în publicitate			
2.2 Titularul activităților de curs: Lect dr Sigmirean Corneliu-Cezar			
2.3 Titularul activităților practice: Lect dr Sigmirean Corneliu-Cezar			
2.4 Anul de studii: I	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: E	2.7 Regimul disciplinei: Obl

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 8	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 4
3.4 Total ore din planul de învățământ: 56	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 28
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 30		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 15		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 10		
- tutorial: 6		
- examinări: 8		
- alte activități: 0		
3.8 Total ore de studiu individual: 69		
3.9 Total ore pe semestru: 125		
3.10 Număr de credite: 5		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum: Fundamente ale comunicării. Fundamente ale fenomenului publicitar.
4.2 de competențe: Fundamente ale comunicării. Fundamente ale fenomenului publicitar.

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: -
5.2 a activităților practice: -

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: C 3.1 Definirea conceptelor, teoriilor, paradigmatelor și metodologiilor utilizate în analiza comunicării. C 3.2 Tratarea comunicării și a publicului/ audienței din perspectiva unor parametri specifici domeniului. C 3.3 Utilizarea unor metode de cercetare pentru definirea problemelor de interes public și rezolvarea acestora prin modele de planificare specifice. C 3.4 Identificarea și utilizarea unor tehnici și indicatori relevanți pentru monitorizarea și evaluarea proceselor de comunicare. C 3.5 Elaborarea unui plan de comunicare eficientă în situații definite de comunicare

publică.

- Prezentarea rezultatelor unei cercetări de relații publice într-un format standard de comunicare.

C 4.1. Identificarea conceptelor și metodelor adecvate dezvoltării unui produs de RP.

C4.2 Explicarea și interpretarea unui eveniment de RP din perspectiva planificării lui strategice.

C 4.3 Utilizarea unor cadre metodologice adecvate realizării unui produs de RP.

C 4.4. Validarea programelor și produselor de RP prin tehnici de evaluare specifice.

C 4.5. Elaborarea documentației pentru prezentarea unui produs RP.

- Prezentarea unui produs realizat în cadrul practicii profesionale.

6.2 transversale:

CT1 Rezolvarea în mod realist – cu argumentare atât teoretică, cât și practică – a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora.

Standarde minime de performanță pentru evaluarea competenței: Elaborarea unui proiect sau cel puțin a unei părți a unui asemenea proiect, aplicând atât cunoștințe, teorii și metode de diagnoză și intervenție, cât și norme și principii de etică profesională.

6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:

- Analiza tipologiei/ structurii reclamei (date referitoare la: publicul-țintă al produsului recomandat, comportamentul pe care anunțul încearcă să-l inducă consumatorului, tipul de publicitate pe care îl ilustrează reclama, limbajul utilizat) formatul de reclamă adoptat, structura titlului – care îi determină forța expresivă –, tipul de text etc.

- Utilizarea relației dintre publicul-țintă și reclamă, în deplină concordanță cu etica profesională.

- Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale a specialistului în relații publice (proiect)

- Cunoașterea terminologiei de specialitate, în industria publicitară.

- Istoria publicității și primele forme de manifestare a fenomenului publicitar.

7.2 Obiective specifice:

- Deprinderea de redactare a reclamei după anumite criterii

- Formarea competențelor de elaborare a unei reclame după tipul de text

- Formarea competențelor referitoare la elementele pe care se sprijină forța persuasivă a reclamei.

- Formarea competențelor de redactare a reclamei după anumite criterii (formatul de reclamă adoptat, structura titlului)

- Formarea competențelor de elaborare a unei reclame după tipul de text (narativ, descriptiv, argumentativ)

- Formarea competențelor referitoare la elementele pe care se sprijină forța persuasivă a titlului reclamei, organizarea câmpului vizual al reclamei, structura și semnificația logotipului.

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Scurt istoric al publicității: Introducere în publicitate - definiții date fenomenului publicitar; analiza și aprofundarea acestora (publicitate online vs publicitate offline, outdoor; segmentarea publicului consumator de publicitate	Prelegere cu oponent, dezbatere, prezentare	2 activități	-	4
2	Revoluția industrială și fenomenul publicitar	Prelegere cu oponent, dezbatere, prezentare	1 activitate	-	2
3	Termeni de specialitate în industria publicitară	Prelegere cu oponent, dezbatere, prezentare	1 activitate	-	2

4	Fenomenul publicitar în America	Prelegere cu oponent, dezbatere, prezentare	1 activitate	-	2
5	Fenomenul publicitar în Europa	Prelegere cu oponent, dezbatere, prezentare	1 activitate	-	2
6	Primele manifestări ale fenomenului publicitar în România postdecembristă	Prelegere cu oponent, dezbatere, prezentare	1 activitate	-	2
7	Agenții publicitare	Prelegere	2 activități	-	4
8	Departamentele unei agenții de publicitate	Prelegere	1 activitate	-	2
9	Rolul cercetării în publicitate	Prelegere	1 activitate	-	2
10	Strategia publicitară	Prelegere	2 activități	-	4
11	Elaborarea unor buyer personas	Prelegere	1 activitate	-	2

Bibliografie

Bibliografie obligatorie:

Sigmirean, Corneliu, Cezar, La început a fost cuvântul. Publicitatea în România postdecembristă și schimbarea mentalității

publice, Editura Argonaut, Cluj-Napoca, 2018

Bibliografie facultativă:

Baudrillard, J. (1996), Strategiile fatale, Iași: Polirom.

Blythe J. (2000), Comportamentul consumatorului, București: Teora.

Boier R. (1994), Marketing și comportamentul consumatorului, Iași: Graphix.

Bondrea A., Gâfdeac I. (2000), Management și marketing pentru tehnologii moderne, București: Editura Fundației „România de mâine“.

Brech, E. F. (1953), Principles of Marketing, New York: Routledge.

Brune F. (2003), Fericirea ca obligație. Psihologia și sociologia publicității, București: Trei.

Buzell M., Levitt F. (1964), Marketing: An Introductory Analysis, New York: McGraw-Hill.

Chiorean, L., „The Discourse of Advertising: the Rhetoric of the Behavioural Model”, in Culture, Elites and European

Integration/ Culture, Elites et Intégration européenne, vol 2 (coord. I.Boldea) Paris, Editions Prodifmultimedia, 2011, pp.38-50.

Colin M. (1997), „Monitoring Advertising Performance“, Admap.

Covey S. (1998), Eficiența în 7 trepte, București: All.

Dîncu V. S. (1999), Comunicarea simbolică. Arhitectura discursului publicitar, Cluj Napoca: Dacia.

Drăgan J. C., Demetrescu M. C (1998), Noul marketing la începutul mileniului III, București: Europa Nova.

Goddard A. (2002), Limbajul publicității, Iași: Polirom.

Guyot J. (1992), L'Ecran publicitaire, Paris: L'Harmattan.

Haskins J., Kendrick A. (1993), Succesul Advertising Research Methods, Lincolnwood: NTC Business Book.

Heilbrunn B. (2002), Logo-ul, București: comunicare.ro.

Joule R. V., Beauvois, J. L. (1997) Tratat de manipulare, București: Antet.

Kotler Ph. (1998), Managementul marketingului, București: Teora.

Kotler Ph. (1999), Principiile marketingului, București: Teora.

Le Men Y., Bruzeau M. (2000), Marketing direct, București: Teora.

Lebedeva T. (1999), Arta de a seduce, Iași: Institutul European.

Lenvinson, J. C. [1994] (2002), Guerilla advertising. Arme și tactici neconvenționale de obținere a profiturilor mari cu

investiții mici în publicitate, București: Editura Business Tech International.

Mcdonald M. (1998), Marketing strategic, București: Codecs.

Nicola M., Petre D. (2001), Publicitate, București: SNSPA– Facultatea de Comunicare și Relații Publice „David Ogilvy“.

Ogilvy D. (1999), Ogilvy on Advertising, Italy: Prion Books Ltd.

Petre, Dan, Nicola, Mihaela, Introducere în publicitate, Ed. comunicare.ro, București, 2004.

Poe R. (1999), Al treilea val: noua eră în network marketing, București: Amaltea.

Popescu D. (1995), Arta de a comunica, București: Editura Economică.

Prutianu Șt. (2000), Manual de comunicare și negociere în afaceri, București: Polirom.

Rovența-Frumușani D. (1993), Strategii ale interacțiunii discursive, București: Universitatea București.

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Modele de agenții de publicitate	Studiu de caz – agenția publicitară, analiza semiotică a reclamei/ spotului publicitar	2 activități	-	4
2	Fenomenul publicitar în USA - Claude Hopkins, J. Walter Thompson, Young & Rubicam	Studiu de caz – agenția publicitară, analiza semiotică a reclamei/ spotului publicitar	2 activități	-	4
3	Fenomenul publicitar în USA - revoluția creativă: Leo Burnett, Bill Bernbach	Studiu de caz – agenția publicitară, analiza semiotică a reclamei/ spotului publicitar	2 activități	-	4
4	Publicitatea în UK: CDP, Saatchi & Saatchi, BBH	Studiu de caz – agenția publicitară, analiza semiotică a reclamei/ spotului publicitar	2 activități	-	4
5	Agenții de publicitate: filiera franceză - Publicis	Studiu de caz – agenția publicitară, analiza semiotică a reclamei/ spotului publicitar	1 activitate	-	2
6	Fenomenul publicitar în România postdecembristă - primele campanii și manifestări	Studiu de caz – agenția publicitară, analiza semiotică a reclamei/ spotului publicitar	2 activități	-	4
7	Schimbarea mentalului colectiv, în România postdecembristă, prin reclamă	Studiu de caz – agenția publicitară, analiza semiotică a reclamei/ spotului publicitar	1 activitate	-	2
8	Interpretarea reclamei și analiză de conținut	Studiu de caz – agenția publicitară, analiza semiotică a reclamei/ spotului publicitar	2 activități	-	4

Bibliografie

Barbu, Petre, Primul an de publicitate (o istorie a advertisingului românesc), Ed. Tandem Media, București, 2013.
 Bogart L. (1996), Strategy in Advertising. Matching Media and Messages to Markets and Motivations, Lincolnwood: NTC Business Books.
 Bonnange C.; Thomas C. (1999), Don Juan sau Pavlov? Eseu despre comunicarea publicitară, București: Trei.
 Covey St. R. (2000), Etica liderului eficient, București: Alifa.
 Datculescu P. (1998), Compendiu analitic de metode și tehnici pentru cercetarea de marketing, București: IRSOP.
 Drewniansy, Bonnie L. A. Jewler, Jerome, Strategia creativa în publicitate, Ed. Polirom, Iași, 2009.
 Friestad M., Wright P. (1994), „The persuasion knowledge model: How people cope with persuasion attempts“, Journal of Consumer Research, 6.
 Kapferer J.-N. (2002), Căile persuasiunii. Modul de influențare a comportamentelor prin mass media și publicitate, București: comunicare.ro.
 Look G. (1992), The Discourse of Advertising, London: Routledge.
 McLuhan M. (1997), Mass media sau mediul invizibil, București: Nemira.
 Missoum G., Minard J.-L. (1990), L'art de reussir, Paris: Les Editions d'Organisation.
 Moldoveanu M. (1995), Psihologia reclamei, București: Libra.
 Petcu M. (2002), Istoria ilustrată a publicității românești, București: Tritonic.
 Peter, L. J., Hull R. (1994), Principiul lui Peter, București, Humanitas.
 Roventă-Frumușani D. (1999), Semiotică, societate, cultură, Iași: Institutul European.
 Russel J. T., Lane R. W. (2002), Manual de publicitate, București: Teora.
 Sigmirean, Corneliu, Cezar, La început a fost cuvântul. Publicitatea în România postdecembristă și schimbarea mentalității publice, Editura Argonaut, Cluj-Napoca, 2018
 Tungate, Mark, ADLAND. Istoria universala a publicitatii, traducere de Iulia Serafim, Ed. Humanitas, București, 2012.
 Wells W., Burnett J., Moriarty S. (1992), Advertising: Principles and Practice, New Jersey: Prentice Hall.
 Wright J. S., Winter W. L., Zeigler S. K. (1982), Advertising, New York: McGraw-Hill.
 Wright P. (1980), „Message evoked thoughts: persuasion reached using thought verbalizations“, Journal of Consumer Research, 7.

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

-

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Cunoștințe teoretice și aplicative/semestru	Activitate, prezența la curs	20
- în timpul activității practice	Analiza unei agenții de publicitate	Portofoliu/ Prezentare	40
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Cunoștințe teoretice și aplicative/semestru	Examen - test	40
- examen practic final	-	-	0
Standard minim de performanță: 75% frecvență la seminarii și CP./laborator			

11. Orar consultații studenți

Lect dr Sigmirean Corneliu-Cezar	Marți, de la 10-14
----------------------------------	--------------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Educație fizică (1)			
2.2 Titularul activităților de curs: -			
2.3 Titularul activităților practice: Lect dr Ungur Natalia-Ramona			
2.4 Anul de studii: I	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: A/R	2.7 Regimul disciplinei: Obl

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 2	3.2 din care curs: 2	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 14	3.5 din care curs: 0	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe:		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren:		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri:		
- tutorial:		
- examinări:		
- alte activități:		
3.8 Total ore de studiu individual: 0		
3.9 Total ore pe semestru: 14		
3.10 Număr de credite: 2		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

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

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: -
5.2 a activităților practice: - Explicite în Regulamentul didactic al studenților din UMFST cu extinderi și particularizări în Regulamentul didactic al studenților din cadrul disciplinei - baza materială proprie UMFST sau online

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: Valorificarea informațiilor, metodelor și mijloacelor specifice educației fizice și sportului în vederea optimizării stării de sănătate și a dezvoltării fizice armonioase. - Formarea capacității de transmitere, selectare, exersare și predare a unor cunoștințe referitoare la întocmirea unor sisteme de acționare (grupe de exerciții) pentru dezvoltarea deprinderilor motrice de bază, utilitare și sportive. - Formarea capacității de exersare și predare a unor deprinderi motrice de bază, utilitare și sportive. → - Aplicarea sistemului de reguli specifice organizării și practicării activităților de educație fizică și sport și adoptarea unui comportament activităților de educație fizică și sport și adoptarea unui comportament adecvat în
--

cadrul relațiilor interpersonale și de grup.
 Valorificarea limbajului corporal pentru exprimarea și înțelegerea ideilor, a stărilor afective și a esteticului în general și în special a esteticului corporal.

6.2 transversale:

- Utilizarea mijloacelor electronice pentru selectarea informațiilor și documentarea privind elementelor definitorii ale dezvoltării fizice și activităților motrice.
- Lucru în echipă și organizarea unei activități sportive pe nivele de pregătire prin îndeplinirea rolului și atribuțiilor în cadrul echipei.
- Respectare normelor de etică și deontologie profesională. ⇐

Abilități de comunicare orală și motrică prin folosirea terminologiei specifice și a mișcărilor

6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:

- Dezvoltarea calităților motrice și extinderea fondului de deprinderi motrice de bază și sportive prin cuprinderea tuturor studenților în practicarea sistematică și organizată a exercițiilor fizice și a sporturilor preferate.

7.2 Obiective specifice:

- Îmbunătățirea continuă a stării de sănătate, a dezvoltării fizice, psihice, precum și a dezvoltării corporale armonioase. ⇐
- Dezvoltarea capacității motrice generale și îmbunătățirea condiției fizice.
- Formarea deprinderilor sportive necesare în practicarea unor ramuri de sport.
- Formarea capacității de practicare independentă a exercițiilor fizice.
- Participarea la competițiile interstudentesti locale și naționale

8.1 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Lecție cu caracter organizatoric, cunoașterea colectivului, prezentarea cerințelor, repartizarea studenților pe grupe în funcție de opțiunile pe ramuri de sport	-expunere,conversație	Nu este cazul	Nu este cazul	2
2	a) Atletism exersarea elementelor de bază din școala alergării, exersarea tehnicii diferitelor variante de pași alergători b) Baschet verificarea nivelului de însușire a elementelor de bază	- explicație, demonstrație, exersare	Nu este cazul	Nu este cazul	2
3	Handbal verificarea nivelului de însușire a elementelor de bază, Badminton	explicație, demonstrație, exersare	Nu este cazul	Nu este cazul	2
4	a) Fotbal joc școală, b) Volei verificarea nivelului de însușire a elementelor de bază,, Badminton	explicație, demonstrație, exersare	Nu este cazul	Nu este cazul	2
5	a) Atletism dezvoltarea vitezei în regim de rezistență b) Formarea unor deprinderi și priceperi motrice specifice gimnasticii aerobice	explicație, demonstrație, exersare	Nu este cazul	Nu este cazul	2
6	a) Atletism dezvoltarea forței în picioare și a detentei (variante de sărituri) b) Baschet exersarea, perfecționarea ținerii, prinderii pasării mingii a opririlor	explicație, demonstrație, exersare	Nu este cazul	Nu este cazul	2
7	Testare finala 2 teste motrice ce vizează calitățile motrice, la alegere / realizarea unui referat cu o temă propusă de cadrul didactic	- Exersare/ referat	Nu este cazul	Nu este cazul	2

Bibliografie

- 1.Badau Dana, Badau Adela, Grancea Marius – „Fitness. Postură și mișcare”, Ed. Universității „Transilvania” din Brașov, ISBN: 978-606-19-0964-3, 2018, nr. pag: 160,
- 2.Bădău Adela, Ungur Natalia Ramona, Bădău Dana – „Activitățile fizice acvatice indoor”, Ed. Universității „Transilvania” din Brașov ISBN: 978-973-169-465-8, 2016, nr. pag: 133,.
- 3.Hantiu I. Teoria educatiei fizice si sportului, note de curs, Univ. Oradea, 2012
- 4.Macovei S. Stretching, Ed AFIS, Bucuresti, 2012
- 5.Ungur N. R., Badau A., Tehnologii inovative in volei, Ed University Press, tirgu Mures, 2015.
- 6.Laura – Edit Ciulea - Fitness și gimnastică aerobică, Editura RISOPRINT, Cluj Napoca, 2020
- 7.Vincent “Ben” Bocchicchio , Charles Barkley - 15 Minutes to Fitness: Dr. Ben's Smart Plan for Diet and Total Healt, Kindle Edition, 2017

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

- Dezvoltarea capacității de transmitere a unei opțiuni pentru o viață sănătoasă și echilibrată, prin adoptarea unui regim de activitate care să îmbine armonios efortul fizic cu cel intelectual, solicitarea cu refacerea, timpul ocupat cu timpul liber
- Disponibilitate pentru practicarea independentă a exercițiilor fizice
- Interes constant pentru fenomenul sportiv
- Valorificarea teoriilor, metodologiilor și practicilor asimilate în rezolvarea unor situații teoretice → practice educaționale prin abordări interdisciplinare
- Utilizarea unui limbaj de specialitate în comunicare cu medii profesionale diferite, cu specialiștii domeniului și din domeniile conexe
- Aplicarea teoriilor și practicilor asimilate în conceperea și elaborarea de proiecte educaționale și de cercetare specifice educației fizice și sportului și interdisciplinare

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	-	-	0
- în timpul activității practice	- Probe de control - Frecvența la lectii și realizarea unui referat pe semestru cu o temă propusă de cadrul didactic pentru studenții scutiți	-Parcurgerea tuturor probelor de control. -Întocmirea a unui referat pentru fiecare semestrul numai pentru studenții scutiți pentru un semestrul întreg sau pe tot anul universitar	50
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Nu este cazul	Nu este cazul	0
- examen practic final	- Probe de control - Frecvența la lectii și realizarea unui referat pe semestru cu o temă propusă de cadrul didactic pentru studenții scutiți	-Parcurgerea tuturor probelor de control. -Întocmirea a unui referat pentru fiecare semestrul numai pentru studenții scutiți pentru un semestrul întreg sau pe tot anul universitar	50
Standard minim de performanță: 1.Evaluarea practică care constă în:2 teste motrice. Teste motrice vizând nivelul de dezvoltare al calităților motrice, se aleg dintre: săritura în lungime de pe loc, săritura pe verticală, forța musculaturii abdominale (abdomene), forța musculaturii spatelui (extensi) și alergare de viteză pe 30 m contra cronometru. 2. Pentru elevi scutiți va consta în realizarea unui referat cu tema stabilită de cadrul didactic titular, din domeniul educației fizice și sportului (aceștia nu susțin probele de control).			

11. Orar consultații studenți

Lect dr Ungur Natalia-Ramona	Marți 18-20-Ip
------------------------------	----------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Limba modernă - italiană (1)			
2.2 Titularul activităților de curs: -			
2.3 Titularul activităților practice:			
2.4 Anul de studii: I	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Opt

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 2	3.2 din care curs: 2	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 14	3.5 din care curs: 0	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe:		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren:		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri:		
- tutorial:		
- examinări:		
- alte activități:		
3.8 Total ore de studiu individual: 36		
3.9 Total ore pe semestru: 50		
3.10 Număr de credite: 2		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
-
5.2 a activităților practice:
Sală de laborator multimedia, sistem de amplificare audio, fotocopii, materiale pe suport electronic, proiector, xerox

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
C1 1 Cunoașterea și înțelegerea contextelor și rolurilor socioculturale, a convențiilor de comunicare orală și scrisă în limba străină în termeni de receptare (citit/ascultat), producere (scris/oral) și strategii lingvistice.
C1 2 Cunoașterea și înțelegerea contextelor și rolurilor, precum și a conceptelor, metodelor și a discursului/limbajului specific diverselor situații de comunicare profesională în mediul academic de limba străină, cu accent pe situația retorică, formele de comunicare scrisă și orală, etapele procesului de scriere, produsele scrisului academic din aria științelor sociale/exacte/umaniste, deontologia profesională și recunoașterea situațiilor de plagiat.
C2 1 Interpretarea relației dintre mesajul oral sau scris și contextul său, identificarea tehnicilor argumentative și de construcție a mesajului de tip științific în limba străină, cu precădere în situații de comunicare academică și

profesională.

C3 Comunicarea orală și scrisă, în limba programului de studii și într-o limbă de circulație internațională, a unor mesaje structurate referitoare la o problemă dată din specialitate

6.2 transversale:

CT1 Realizarea sarcinilor de lucru individuale pe baza modelelor de scriere și cu asistența profesorului, concretizate într-un portofoliu individual. Utilizarea componentelor domeniului studiului academic în limba străină în deplină concordanță cu etica profesională

CT2 Participarea la realizarea de proiecte de lucru în perechi și în echipă, cu accent pe familiarizarea cu rolurile în cadrul echipei

6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:

Studentii vor putea utiliza competent limba italiană, cel puțin la nivelul B2, în activitatea lor academică și în viitoarea activitate profesională.

7.2 Obiective specifice:

1. Cunoașterea și înțelegerea aprofundată a contextelor și rolurilor, precum și a conceptelor, metodelor și a discursului/limbajului specific diverselor situații de comunicare profesională în mediul academic de limba italiană, cu accent pe situația retorică, formele de comunicare scrisă și orală, etapele procesului de scriere și produsele scrisului academic, precum și pe deontologia profesională.
2. Utilizarea cunoștințelor aprofundate pentru explicarea și interpretarea diverselor modalități de comunicare scrisă (genuri de texte științifice) și orală (comunicări științifice) și a convențiilor ce guvernează redactarea textelor științifice în limba italiană în contextul studiilor de licență și al comunității profesionale extinse (naționale și internaționale).
3. Transferul conceptelor/principiilor/metodelor învățate în activități de receptare a textului scris și de producere vizând etapele procesului de scriere, organizarea și dezvoltarea ideilor, structura textului și strategiile de comunicare verbală orală și scrisă la standarde specifice limbii italiene specializate pentru discursul științific.

8.1 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Expunere, exerciții de citire – înțelegere, ascultare - înțelegere, exprimare orală.	Conversatia	-	-	2
2	Expunere, exerciții de citire – înțelegere, ascultare - înțelegere, exprimare orală.	Conversatia	-	-	2
3	Expunere, exerciții de citire – înțelegere, ascultare - înțelegere, exprimare orală.	Conversatia	-	-	2
4	Expunere, exerciții de citire – înțelegere, ascultare - înțelegere, exprimare orală.	Conversatia, problematizarea	-	-	2
5	Expunere, exerciții de citire – înțelegere, ascultare - înțelegere, exprimare orală.	Conversatia, problematizarea	-	-	2
6	Expunere, exerciții de citire – înțelegere, ascultare - înțelegere, exprimare orală.	Conversatia, problematizarea	-	-	2
7	Expunere, exerciții de citire – înțelegere, ascultare - înțelegere, exprimare orală.	Conversatia, problematizarea	-	-	2

Bibliografie

1. T. MARIN, MAGNELLI, S. Nuovo Progetto Italiano 3, Libro dello studente, Edilingua, Roma, 2007.
2. Armida RONCARI, BRIGHENTI, Carlo La lingua italiana per gli stranieri, Edizioni Scolastiche Mondadori, 1971.
3. Mariana STĂNCIULESCU-CUZA, GHERMAN Haritina, LĂZĂRESCU George Dicționar italian- român, Editura 100+1 Gramar, București, 2000.
4. Doina CONDREA DERER (coord.) Dicționar român –italian, Editura Gramar, București, 1999.

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

-

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			

- la curs	- îndeplinirea corectă și la timp a sarcinilor de lucru - însușirea vocabularului de specialitate - corectitudinea și adecvarea	Portofolii	10
- în timpul activității practice	- îndeplinirea corectă și la timp a sarcinilor de lucru - însușirea vocabularului de specialitate - corectitudinea și adecvarea	Evaluare pe parcurs	10
Evaluare finală			
- examen teoretic final	- îndeplinirea corectă și la timp a sarcinilor de lucru - însușirea vocabularului de specialitate - corectitudinea și adecvarea	Examen scris	60
- examen practic final	- îndeplinirea corectă și la timp a sarcinilor de lucru - însușirea vocabularului de specialitate - corectitudinea și adecvarea	Producere orală și scrisă	20
Standard minim de performanță: Prezența minimă la seminar 70%			

11. Orar consultații studenți

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Limba modernă - germană (1)			
2.2 Titularul activităților de curs: -			
2.3 Titularul activităților practice:			
2.4 Anul de studii: I	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Opt

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 2	3.2 din care curs: 2	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 14	3.5 din care curs: 0	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe:		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren:		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri:		
- tutorial:		
- examinări:		
- alte activități:		
3.8 Total ore de studiu individual: 36		
3.9 Total ore pe semestru: 50		
3.10 Număr de credite: 2		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
-
5.2 a activităților practice:
Sală de seminar dotată cu echipament audio-video.

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
Participarea în contexte (de comunicare) profesionale și culturale care solicită abilități de comunicare și utilizarea unor cunoștințe (generale și semispecializate) în comunicarea în limba germană în domeniile de aplicație ale specializării;
Aplicarea adecvată a tehnicilor de comunicare orală și scrisă în domenii de larg interes și semispecializat;
6.2 transversale:
Gestionarea optimă a sarcinilor profesionale și deprinderea executării lor la termen, în mod riguros, eficient și responsabil;
Respectarea normelor de etică specifice domeniului;
Aplicarea tehnicilor de relaționare în grup și dezvoltarea capacităților empatice de comunicare interpersonală și de asumare de roluri specifice în cadrul muncii în echipă având drept scop eficientizarea activității grupului și

economisirea resurselor, inclusiv a celor umane.

6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:

Exersarea competențelor de comunicare în limba germană, necesare în practica profesională din domeniul administrației publice.

7.2 Obiective specifice:

A. Obiective cognitive

1. Utilizarea principalelor metode de transmitere și receptare a informației în limba germană;

B. Obiective procedurale

1. Aplicarea și interpretarea corectă a metodelor de traducere în concordanță cu trăsăturile specific ale contextului profesional;

2. Adaptarea metodelor la tipul situație și segmentul de receptori.

3. Delimitarea și aplicarea modalităților de lucru pentru realizarea unei comunicări în limba germană.

C. Obiective atitudinale

1. Conștientizarea responsabilității față de actul de comunicare în limba germană;

2. Implicarea proactivă în respectarea substanței termenilor din limba sursă în limba țintă în momentul traducerii textelor tehnice;

3. Dezvoltarea unor atitudini realiste și optimiste privind rolul educației în dezvoltarea societății.

8.1 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Exerciții aplicative: Articolul hotărât, articolul nehotărât și articolul zero. Anwendungsübungen: Der bestimmte Artikel, der unbestimmte Artikel und der Nullartikel.	exerciții, problematizare, explicații, activități individuale și de grup	-	-	2
2	Exerciții de formare a substantivelor și de utilizare a acestora în propozitii. Übungen zur Bildung von Substantiven und deren Verwendung in Sätzen.	exerciții, problematizare, explicații, activități individuale și de grup	-	-	2
3	Utilizarea corectă a adjectivului și adverbului în diferite contexte. Die korrekte Verwendung von Adjektiven und Adverben in verschiedenen Kontexten.	exerciții, problematizare, explicații, activități individuale și de grup	-	-	2
4	Utilizarea corectă a prepozițiilor în diferite contexte. Korrekte Verwendung von Präpositionen in verschiedenen Kontexten.	exerciții, problematizare, explicații, activități individuale și de grup	-	-	2
5	Exerciții aplicative: conjuncția. Anwendungsübungen: die Konjunktion.	exerciții, problematizare, explicații, activități individuale și de grup	-	-	2
6	6. Exerciții aplicative: particulele. Anwendungsübungen: die Partikeln.	exerciții, problematizare, explicații, activități individuale și de grup	-	-	2
7	Exerciții de utilizare a limbii germane în situații de comunicare scrisă și orală. Übungen zum Umgang mit der deutschen Sprache in schriftlichen und mündlichen Kommunikationssituationen.	exerciții, problematizare, explicații, activități individuale și de grup	-	-	2

Bibliografie

Balaș, O., Limba germană, Polirom, 2018, ISBN: 978-973-46-7621-7

Krenn, W., Puchta, H., Motive, Kursbuch, Hueber, 2016, ISBN: 978-3-19-031878-0

Krenn, W., Puchta, H., Motive, Arbeitsbuch, Hueber, 2016

Höldrich, B., Deutsch-Lesen und Schreiben, Hueber, 2013, ISBN: 978-3-19-457493-9

Myrthe, J., Grundkurs Deutsch, 2014, Expresion

Swerlowa, O., Grammatik im Gespräch, Langenscheidt, 2008, ISBN: 978-3-468-49497-0

Koithan, U., Schmitz, H., Sieber, T., Sonntag, R., Aspekte Mittelstufe Deutsch, Arbeitsbuch 1, Langenscheidt, 2007, ISBN: 9783468474729

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

Competențele procedurale și atitudinale ce vor fi achiziționate la nivelul disciplinei – vor satisface așteptările reprezentanților asociațiilor profesionale și angajatorilor din țară și din străinătate.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	-	-	0
- în timpul activității practice	Activitatea în cadrul seminarului, răspunsuri la întrebări, cunoașterea terminologiei, efectuarea temelor de casă.	verificare pe parcurs	25
Evaluare finală			
- examen teoretic final	-	-	0
- examen practic final	Cunoștințe teoretice și aplicative	test scris	75
Standard minim de performanță: Studentul va fi capabil să citească și să traducă un text tehnic de dificultate scăzută, să formuleze răspunsuri la întrebări simple pe teme studiate și să cunoască vocabularul tematic studiat.			

11. Orar consultații studenți

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Limba modernă - franceză (1)			
2.2 Titularul activităților de curs: -			
2.3 Titularul activităților practice:			
2.4 Anul de studii: I	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Opt

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 2	3.2 din care curs:	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 14	3.5 din care curs: 0	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe:		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren:		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri:		
- tutorial:		
- examinări:		
- alte activități:		
3.8 Total ore de studiu individual: 36		
3.9 Total ore pe semestru: 50		
3.10 Număr de credite: 2		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
4.2 de competențe:

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
5.2 a activităților practice:

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
6.2 transversale:
6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:
7.2 Obiective specifice:

8.1 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
Bibliografie					

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

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs			0
- în timpul activității practice			0
Evaluare finală			
- examen teoretic final			0
- examen practic final			0
Standard minim de performanță:			

11. Orar consultații studenți

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Limba modernă - engleză (1)			
2.2 Titularul activităților de curs: -			
2.3 Titularul activităților practice: Conf dr Han Bianca-Oana			
2.4 Anul de studii: I	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Opt

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 2	3.2 din care curs: 2	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 14	3.5 din care curs: 0	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 10		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 18		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 6		
- tutorial: 2		
- examinări: 0		
- alte activități: 0		
3.8 Total ore de studiu individual: 36		
3.9 Total ore pe semestru: 50		
3.10 Număr de credite: 2		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum: Limba modernă - engleză (1)
4.2 de competențe: competențe lingvistice de cel puțin B1

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: -
5.2 a activităților practice: videoproector, acces la internet

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: Comunicare eficientă: Studenții își vor dezvolta și completa abilitățile de comunicare în limba engleză, ceea ce este esențial în multe medii profesionale internaționale. Scriș și redactare: Cursurile de limba engleză pot acoperi abilitățile de scriere, de la e-mail-uri și rapoarte la documente mai complexe. Vocabular și terminologie specifică: studenții își vor dezvolta și îmbogăți un vocabular bogat și specific domeniului lor de activitate Abilități de ascultare și înțelegere auditivă: studenții vor dezvolta abilități de ascultare pentru a înțelege discursuri, prezentări și interacțiuni profesionale. Competențe culturale: studenții vor avea acces la discuții ce pot include aspecte ale culturii de afaceri și a modului de funcționare a mediului de lucru în țările de limbă engleză.
--

Negociere și prezentare: studenții vor învăța tehnici de negociere și abilități de prezentare în limba engleză. Abilități de interacțiune socială și networking: studenții vor putea dezvolta abilități de interacțiune socială care să îi ajute în situații profesionale, cum ar fi participarea la conferințe, întâlniri și evenimente de networking.
6.2 transversale: Comunicare eficientă: Dezvoltarea abilităților de comunicare scrisă și orală în limba engleză îi va ajuta pe studenți să comunice mai eficient și clar, indiferent de context. Adaptabilitate: Învățarea unei limbi străine implică adesea expunerea la diverse culturi și contexte. Această experiență poate contribui la dezvoltarea unei atitudini mai flexibile și a capacității studenților de a se adapta la situații noi. Gândire critică: Cursurile de limbă engleză pot implica analiza și interpretarea textelor, ceea ce contribuie la dezvoltarea gândirii critice și a abilităților de analiză. Rezolvarea problemelor: Învățarea unei limbi străine poate implica rezolvarea de probleme legate de comunicare și înțelegerea unor concepte noi, dezvoltând astfel abilități de rezolvare a problemelor. Autodisciplină și gestionarea timpului: Participarea la cursuri de limbă necesită adesea disciplină personală și gestionarea eficientă a timpului pentru a studia și a practica. Încredere în sine: Dezvoltarea abilităților în limba engleză poate crește nivelul de încredere în propria capacitate de comunicare și interacțiune într-un mediu în care limba engleză este utilizată. Colaborare și networking: Interacțiunea cu alți studenți și profesori în cadrul unui curs poate stimula abilitățile de colaborare și networking, care sunt utile în multe domenii profesionale. Cunoașterea culturală: Învățarea limbii engleze poate merge mână în mână cu înțelegerea culturii anglofone, ceea ce te poate face mai conștient și mai deschis la diversitatea culturală.
6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general: Studenții din cursurile de limba engleză vor dezvolta și îmbunătăți abilitățile lor de comunicare pentru mediile profesionale internaționale.
7.2 Obiective specifice: Studenții vor învăța abilități de scriere și editare, vocabular și terminologie specifică, abilități de ascultare și înțelegere, competențe culturale, tehnici de negociere și prezentare, precum și abilități de interacțiune socială și networking. Aceste abilități vor fi valoroase pentru diferite aspecte ale vieților lor profesionale viitoare.

8.1 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	English tenses - revision	prezentare aspecte teoretice+exerciții, fișe de lucru	-	-	2
2	English tenses - Conditional If and Wish	prezentare aspecte teoretice+exerciții, fișe de lucru	-	-	2
3	English tenses - gerund and infinitives	prezentare aspecte teoretice+exerciții, fișe de lucru	-	-	2
4	English grammar and vocabulary - Articles and nouns	prezentare aspecte teoretice+exerciții, fișe de lucru	-	-	2
5	English grammar and vocabulary - Pronouns and determiners, Relative clauses	prezentare aspecte teoretice+exerciții, fișe de lucru	-	-	2
6	English grammar and vocabulary - Adjectives and adverbs	prezentare aspecte teoretice+exerciții, fișe de lucru	-	-	2
7	English grammar and vocabulary - Conjunctions and prepositions; revision	prezentare aspecte teoretice+exerciții, fișe de lucru	-	-	2

Bibliografie

Chilărescu M. & C. Paidos. (1996) Proficiency in English. Iasi: Institutul European

Haines, S. et al., Advanced Grammar in Use: Supplementary Exercises with Answers, Cambridge: CUP, 2007;

McCarthy, M. & Felicity O'Dell. (2005) English Collocations in Use. Cambridge: CUP

Murphy, R. ENGLISH GRAMMAR IN USE, Fifth Edition, Cambridge University Press, 2019

Vince, M. Advanced Language Practice, Oxford: Heinemann, 2015

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

-

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere
----------------	----------------------	--------------------	---------

			din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	-	-	0
- în timpul activității practice	participare activă, implicare în efectuarea exercițiilor	monitorizare pe parcurs	25
Evaluare finală			
- examen teoretic final	asimilarea aspectelor teoretice necesare	testare orală și scrisă pentru verificarea cunoștințelor	25
- examen practic final	capacitatea de rezolvare corectă a exercițiilor, pentru o bună exprimare și comunicare în limba modernă	testare orală și scrisă pentru verificarea cunoștințelor	50
Standard minim de performanță:			
-			

11. Orar consultații studenți

Conf dr Han Bianca-Oana	la cerere, după ore, 10 minute
-------------------------	--------------------------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Fundamente ale științelor comunicării			
2.2 Titularul activităților de curs: Lect dr Nistor Eugeniu			
2.3 Titularul activităților practice: Lector dr. Eugeniu Nistor			
2.4 Anul de studii: I	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: E	2.7 Regimul disciplinei: Obl

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 8	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 4
3.4 Total ore din planul de învățământ: 56	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 28
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 25		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 25		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 10		
- tutorial: 2		
- examinări: 5		
- alte activități: 2		
3.8 Total ore de studiu individual: 69		
3.9 Total ore pe semestru: 125		
3.10 Număr de credite: 5		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum: Fundamente ale comunicării publice
4.2 de competențe: Elaborarea unui discurs oral/scriș / eseu argumentativ complex, bogat lexical și sintactic, articulat precis din punct de vedere logic pe o temă dată sau la alegere, din domeniul comunicare și relații publice, analizând diverse produse media și Pr din punctul de vedere la conceptelor fundamentale ale comunicării

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: Videoproiector, calculator, acces la internet
5.2 a activităților practice: Videoproiector, calculator, acces la internet

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: C 1. Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul Științelor comunicării C 1.1 Definirea principalelor concepte specifice domeniului, utilizarea lor și a terminologiei de specialitate în situații multiple C 1.2 Explicarea conceptuală a situațiilor de comunicare și a problemelor de specialitate în domeniu. C 1.5 Elaborarea unor proiecte specifice de investigație și intervenție în domeniul de specialitate. Elaborarea și susținerea publică a unei lucrări de licență, cu caracter aplicativ pe o temă din domeniul de specialitate.
--

C2. Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC) C2.2 Identificarea particularităților utilizării specializate a diverselor tipuri media în comunicare. C2.5 Realizarea de portofolii cu privire la dimensiunea mediatică a unui act de informare și/ sau comunicare profesionalizată. - Întocmirea unui plan de folosire a noilor tehnologii informaționale și media pentru un proiect concret de gestiune a informației și/ sau de comunicare profesionalizată.
6.2 transversale: CT1 Rezolvarea în mod realist – cu argumentare atât teoretică, cât și practică – a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora. CT2 Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice. CT3 Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii.
6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general: Aplicarea conceptelor, a teoriilor, a paradigmelor și a metodelor semiotice la analiza sistemului mass-media și a procesului de relații publice (RP)
7.2 Obiective specifice: C 1.1. Aplicarea conceptelor, a teoriilor, a paradigmelor și a metodologiilor la analiza sistemului mass-media și a procesului de relații publice (RP) C 1.3. Analiza unor materiale din presa scrisă și vorbită în vederea monitorizării și evaluării proceselor de comunicare media și RP C2.1. Analiza și interpretarea noilor teorii cu privire la comunicarea de masă și segmentarea publicului țintă, la dinamica diverselor tipuri de audiență/ public în comunicarea mediatică C4.2. Utilizarea combinată a surselor de informare publică tradiționale și a resurselor media oferite de noile tehnologii C4.3. Realizarea de portofolii cu privire la dimensiunea mediatică a unui act sau eveniment de informare publică

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Comunicarea și procesul comunicării. Conținut și structură. Funcții și efecte ale comunicării. Argumentarea, persuasiune vs manipulare, interpretare.	Prelegerea, prelegerea cu oponent, studiul individual, exercițiul, problematizarea	Acordarea de bonusuri – pentru intervenții în dezbateri, transferul conceptelor din curs în aplicații personalizate.	-	2
2	Comunicarea ca proces de influențare socială. Mesaj și funcții/ efecte ale comunicării. Argumentare și interpretare (II).	Prelegerea, prelegerea cu oponent, studiul individual, exercițiul, problematizarea	Acordarea de bonusuri – pentru intervenții în dezbateri, transferul conceptelor din curs în aplicații personalizate.	-	2
3	Comunicare și limbaj. Conținuturi, canale și mijloace de comunicare.	Prelegerea, prelegerea cu oponent, studiul individual, exercițiul, problematizarea	Acordarea de bonusuri – pentru intervenții în dezbateri, transferul conceptelor din curs în aplicații personalizate.	-	2
4	Codurile și semnificația. Analiza codurilor utilizate în mass-media. Argumentare și interpretare.	Problematizarea, prelegerea, prelegerea cu oponent, exercițiul, demonstrația, explicația, eseul de 5 minute.	Acordarea de bonusuri – pentru intervenții în dezbateri, transferul conceptelor din curs în aplicații personalizate.	-	2
5	Comunicarea verbală. Context, / enunț/ enunțare/ canal/ cod. Argumentare și interpretare.	Exercițiul, problematizarea, demonstrația, prelegerea cu oponent	Acordarea de bonusuri – pentru intervenții în dezbateri, transferul conceptelor din curs în aplicații personalizate.	-	2
6	Comunicarea nonverbală. Înțelesuri și semne. Indicatori și semnificații (inter)culturale. Persuasiune vs. manipulare (I).	Exercițiul, problematizarea, demonstrația, prelegerea cu oponent	Acordarea de bonusuri – pentru intervenții în dezbateri, transferul conceptelor din curs în aplicații personalizate.	-	2

7	Comunicarea în câmpul social. Comunicarea de masă. Teorii și modele (I).	Predarea dirijată, profesor pentru 5 minute, adresare de întrebări și răspunsuri pe baza studiului individualizat, eseul de 5 minute	Acordarea de bonusuri – pentru intervenții în dezbateri, transferul conceptelor din curs în aplicații personalizate.	-	2
8	Comunicarea în câmpul social. Comunicarea de masă. Teorii și modele (II).	Predarea dirijată, profesor pentru 5 minute, adresare de întrebări și răspunsuri pe baza studiului individualizat, eseul de 5 minute	Acordarea de bonusuri – pentru intervenții în dezbateri, transferul conceptelor din curs în aplicații personalizate.	-	2
9	Tehnici de comunicare. Persuasiune vs. manipulare (I).	Exercițiul, demonstrația, explicația, problematizarea, teste de (auto)evaluare	Acordarea de bonusuri – pentru intervenții în dezbateri, transferul conceptelor din curs în aplicații personalizate.	-	2
10	Manipularea informațională și structurile mediatice(I).	Exercițiul, demonstrația, explicația, problematizarea, teste de (auto)evaluare	Acordarea de bonusuri – pentru intervenții în dezbateri, transferul conceptelor din curs în aplicații personalizate.	-	2
11	Manipularea informațională și structurile mediatice (II).	Exercițiul, demonstrația, explicația, problematizarea, teste de (auto)evaluare	Acordarea de bonusuri – pentru intervenții în dezbateri, transferul conceptelor din curs în aplicații personalizate.	-	2
12	Comunicarea și negocierea. Prevenirea, reducerea și rezolvarea conflictelor.	Problematizarea, prelegerea, prelegerea cu oponent, exercițiul, demonstrația, explicația, studiul în perechi	Acordarea de bonusuri – pentru intervenții în dezbateri, transferul conceptelor din curs în aplicații personalizate.	-	2
13	Comunicare și conducere. Ideologie și semnificații (I).	Problematizarea, prelegerea, prelegerea cu oponent, exercițiul, demonstrația, explicația, studiul în perechi	Acordarea de bonusuri – pentru intervenții în dezbateri, transferul conceptelor din curs în aplicații personalizate.	-	2
14	Comunicare și conducere. Ideologie și semnificații (I).	Problematizarea, prelegerea, prelegerea cu oponent, exercițiul, demonstrația, explicația, studiul în perechi	Acordarea de bonusuri – pentru intervenții în dezbateri, transferul conceptelor din curs în aplicații personalizate.	-	2

Bibliografie

[1] Lucrări generale:

1. Cuilenburg, Van. J.J., Scholten, Știința comunicării, Ed. Humanitas, București, 1998;
2. De Fleur, Melvin L., Ball-Rokeach S., Teorii ale comunicării în masă, Ed. Polirom, Iași, 1999
3. De Maingueneau, Dominique, Analiza textelor de comunicare, Ed. Institutul European, Iași, 2007,
4. Denis McQuail și Sveb Windahl, Modele ale comunicării pentru studiul comunicării de masă, București, 2001.
5. Doncea, Vasile, Comunicarea verbală și non-verbală, note de curs, UBB Cluj-Napoca, 2003;
6. Gerstle, Jacques, Comunicarea politică, ed. Tritonic, București, 2001;
7. Marinescu, Valentina, Efectele comunicării, Ed. Tritonic, 2001;
8. O'Sullivan, Tim, Hartley, John, Saunders, Danny, Montgomery, Martin, Fiske, John, Concepte fundamentale din științele comunicării și studiile culturale, Polirom, Iași, 2001;
9. Eugeniu Nistor, Introducere în filosofia comunicării și a relațiilor publice, cu focalizare pe aspectele de criză, Editura Universității „Petru Maior”, Târgu-Mureș, 2011;
10. Eugeniu Nistor, Elemente de retorică și argumentare, Editura Universității „Petru Maior”, Târgu-Mureș, 2011;
11. Eugeniu Nistor, Filosofie și comunicare, Editura Academiei Române, București, 2012

[2] Lucrări de specialitate:

- Boutaud, J.J., Comunicare, semiotică și semne publicitare, Ed. Tritonic, 2007;
- De Peretti André, Jean-André Legrand, Boniface, Jean, Tehnici de comunicare, Polirom, Iași, 2000;
- Fiske, John, Introducere în științele comunicării, Polirom, Iași, 2003;

[3] Cursuri

SNSPA, Comunicarea, www.comunicare.ro

Tran, Vasile, Stănciugelu, Irina, Teoria comunicării, Comunicare.ro, București, 2003.

[4] Articole

Eugeniu Nistor - „Lucian Blaga sub semnul comunicării epistolare ” , p. 5-14 , în vol. Lucian Blaga – Epistolar filosofic, Editura Ardealul, Târgu Mureș, prefață Eugeniu Nistor, colecția „Filosofie și Comunicare”, format A-5, 343

pagini, 2016.

Eugeniu Nistor - „Comunicare și cuminecare”, p. 5-8 (4 pagini), în vol. Vasile Bota – Cronicar în tranziție, Editura Ardealul, Tg. Mureș, 2017

*Se vor alege 5 cărți

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Comunicarea în spațiul public vs. în viața privată. Funcții și efecte ale comunicării. Casete audio-video și alte materiale din presa scrisă și vorbită.	Exercițiul, demonstrația, explicația, problematizarea, fișe de (auto)evaluare	Se aleg cărți corespunzătoare din bibliografie	-	4
2	Comunicarea – proces de influențare socială. Ideologie, valori și semnificații reflectate în comunicare și limbaj.	Exercițiul, demonstrația, explicația, problematizarea, fișe de (auto)evaluare	Se aleg cărți corespunzătoare din bibliografie	-	4
3	Comunicarea de masă. Canale / mijloace de comunicare și coduri.	Exercițiul, demonstrația, explicația, problematizarea, fișe de (auto)evaluare	Se aleg cărți corespunzătoare din bibliografie	-	4
4	Comunicare și argumentare. Practici discursive și funcționalitatea mijloacelor semio-lingvistice cu aplicare la diverse produse media și PR.	Exercițiul, demonstrația, explicația, problematizarea, fișe de (auto)evaluare	Se aleg cărți corespunzătoare din bibliografie	-	4
5	Tehnici de comunicare în spațiul public vs. în viața privată. Persuasiune vs. manipulare. Studii de caz, dezbateri, simulări, casete audio-video și alte materiale din presa scrisă și vorbită	Exercițiul, demonstrația, explicația, problematizarea, fișe de (auto)evaluare	Se aleg cărți corespunzătoare din bibliografie	-	4
6	Tehnici de comunicare în spațiul public vs. în viața privată. Negocierea. Studii de caz, dezbateri, simulări, casete audio-video și alte materiale din presa scrisă și vorbită	Exercițiul, demonstrația, explicația, problematizarea, fișe de (auto)evaluare	Se aleg cărți corespunzătoare din bibliografie	-	4
7	Comunicare publică, comunicare politică și comunicare publicitară. Interferențe și zone specifice.	Exercițiul, demonstrația, explicația, problematizarea, fișe de (auto)evaluare	Se aleg cărți corespunzătoare din bibliografie	-	4

Bibliografie

[1] Lucrări generale:

12. Cuilenburg, Van. J.J., Scholten, Știința comunicării, Ed. Humanitas, București, 1998;
13. De Fleur, Melvin L., Ball-Rokeach S., Teorii ale comunicării în masă, Ed. Polirom, Iași, 1999
14. De Maingueneau, Dominique, Analiza textelor de comunicare, Ed. Institutul European, Iași, 2007,
15. Denis McQuail și Sveb Windahl, Modele ale comunicării pentru studiul comunicării de masă, București, 2001.
16. Doncea, Vasile, Comunicarea verbală și non-verbală, note de curs, UBB Cluj-Napoca, 2003
17. Marinescu, Valentina, Efectele comunicării, Ed. Tritonic, 2001;
18. O’Sullivan, Tim, Hartley, John, Saunders, Danny, Montgomery, Martin, Fiske, John, Concepte fundamentale din științele comunicării și studiile culturale, Polirom, Iași, 2001;
19. Prutianu, Stefan, Manual de comunicare și negociere în afaceri, Ed. Polirom, Iași, 2000
20. Rogojinaru, Adela, Comunicare, relații publice și globalizare, Ed. Tritonic, București, 2003;
21. Rus, Flaviu Călin, Introducere în știința comunicării și a relațiilor publice, Institutul European, Iași, 2002;
22. Ruști, Doina, Mesajul subliminal în comunicarea actuală, Ed. Tritonic, 2005;
23. Stanton, Nicki, Comunicarea, Ed. Știință & Tehnică, 1995;

[2] Lucrări de specialitate:

- De Peretti André, Jean-André Legrand, Boniface, Jean, Tehnici de comunicare, Polirom, Iași, 2000;
- Fiske, John, Introducere în științele comunicării, Polirom, Iași, 2003.

[3] Cursuri

Tran, Vasile, Stănciugelu, Irina, Teoria comunicării, Comunicare.ro, București, 2003.

[4] Articole

Eugeniu Nistor - „Lucian Blaga sub semnul comunicării epistolare ” , p. 5-14 , în vol. Lucian Blaga – Epistolar filosofic, Editura Ardealul, Târgu Mureș, prefață Eugeniu Nistor, colecția „Filosofie și Comunicare”, format A-5, 343 pagini, 2016.

Eugeniu Nistor - „Comunicare și cuminecare”, p. 5-8, în vol. Vasile Bota – Cronicar în tranziție, Editura Ardealul, Tg. Mureș, 2017

*Se vor alege 5 cărți

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

Se va urmări ca noțiunile teoretice însușite să aibă aplicabilitate și eficiență în activitatea publică profesională

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Verificarea cunostintelor teoretice si practice	Eseu argumentativ de 2-4 pagini pe o tema dată	50
- în timpul activității practice	Implicarea în dezbaterile temelor și a materialelor audio-video din cadrul cursului; transferul unor concepte în propriile analize de materiale de comunicare și PR	Portofoliu Intervenții, semnalări din presa locală și / sau națională, TV, Radio, Internet etc.	10
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Verificarea cunoștințelor teoretice și aplicative	Examen sumativ: Raspunsuri la intrebari si teste grila	30
- examen practic final	Bonusuri: interventii la cursuri si seminar	Referate, eseuri, teste conceptuale, lucrări la minut; studiu de caz	10
Standard minim de performanță: Însușirea cunoștințelor de bază ale disciplinei			

11. Orar consultații studenți

Lect dr Nistor Eugeniu	Miercuri 12-14
------------------------	----------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Retorică			
2.2 Titularul activităților de curs: Conf dr Szekeley Eva-Monica			
2.3 Titularul activităților practice: Conf. univ. dr. SZEKELY Eva Monica			
2.4 Anul de studii: I	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: E	2.7 Regimul disciplinei: Obl

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 8	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 4
3.4 Total ore din planul de învățământ: 56	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 28
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 14		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 24		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 14		
- tutorial: 7		
- examinări: 8		
- alte activități: 2		
3.8 Total ore de studiu individual: 69		
3.9 Total ore pe semestru: 125		
3.10 Număr de credite: 5		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum: nu este cazul
4.2 de competențe: nu este cazul

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: acces la internet
5.2 a activităților practice: Elaborarea la nivel liceal a unui discurs oral/scrise / eseu argumentativ complex, bogat din punct de vedere lexical și sintactic, articulat precis din punct de vedere logic pe o temă dată sau la alegere, din domeniul comunicare/ relații publice/ probleme ale lumii contemporane reflectate în produse media/ comunicare/ urgență

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: C 4. Realizarea și promovarea unui produs de relații publice C4.2 Explicarea și interpretarea unui eveniment de RP din perspectiva planificării lui strategice C 5. Asistență de specialitate în gestionarea comunicării de criză și/ sau medierea conflictelor de comunicare C 5.2 Utilizarea instrumentarului retoric, argumentativ și semiotic pentru înlăturarea unor disfuncționalități în comunicare și/ sau mediere C 5.3 Utilizarea strategiilor și metodelor de comunicare în gestionarea situațiilor de criză și/ sau mediere
--

6.2 transversale:
CT1. Rezolvarea în mod realist, cu argumentare atât teoretică, cât și practică, a unor situații-problemă cu grad mediu de complexitate, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora
CT2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipă cu îndeplinirea unor sarcini de coordonare pe paliere diverse
6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:
Cursul propune o perspectivă critică asupra conceptelor teoriei argumentării, pornind de la viziunea clasică asupra retoricii (Aristotel) prin familiarizarea studenților cu modelul critic al teoriei argumentării/ al retoricii moderne centrate pe valoarea pluralismului (cultural, social, politic), din punct de vedere argumentativ în primul rând, având drept scop persuadarea, și abia apoi din punct de vedere retoric (având drept seducția, manipularea ș.a.
7.2 Obiective specifice:
Să construiască un dosar de argumentare/ un proiect / portofoliu cu diverse tipuri de materiale, fișe de lucru, fragmente de discursuri, casete, cd-uri ori alte mijloace de comunicare și media emergente (audio-video de pe platforme digitale diverse) prin care să susțină ideea că noua retorică/ teoria argumentării implică utilizarea limbajului în vederea modificării universului epistemic, dar și a dispozițiilor acționale/ atitudinale ale interlocutorilor
Să transfere în practici comunicative și pe platforme digitale media faptul că teoria argumentării/ noua retorică înseamnă construirea unor repere logice, mentale, emoționale pentru dezbateri/ argumentare și advocacy să vizeze acțiuni în vederea schimbării comportamentului mental/ verbal/ acțional al indivizilor/ a societății ca întreg (obiectiv care va fi dezvoltat și corelat cu obiectivele disciplinei Digital writing, modulul 4)

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Elemente de retorică clasică vs. modernă. Retorica vs neoretorica în sistemul teoriilor comunicării. Retorica și teoria argumentării. Funcții educative. Dezbateri de tip Karl Popper. Tipuri de moțiuni și discursuri. Concursuri internaționale de dezbateri	Metode expozitiv- euristice: prelegerea, prelegerea cu oponent, studiul individual, exercițiul, problematizarea, prezentări multimedia	Pregătirea unor dezbateri publice de tip Karl Popper pentru susținerea unor proiecte de seminar Audierea unor modele pe youtube	C3 Aplicarea adecvată a tehnicilor generale de documentare, căutare, clasificare și stocare a informației, folosirea programelor informatice (dicționare electronice, baze de date),	2
2	Teoria comunicării persuasive. Argumentarea - componentă esențială a activității discursive în general. Argumentarea ca practică logico-lingvistică.	Metode algoritmice și aplicative: explicația, demonstrația, exercițiul, problematizarea, prelegerea cu oponent, / analiză de discursuri publice - via internet	Liste de moțiuni propuse de studenți, votarea și selecția a 3 teme pentru dezbateri lor în echipe de câte 3 studenți/	C3 clasificare și stocare a informației, folosirea programelor informatice (dicționare electronice, baze de date),	2
3	Glosar de termeni retorici. Caracteristici ale unui discurs retoric: să intereseze (docere), să seducă (delectare) și să convingă (movere). Unitatea de argumentare și semnificațiile contextuale ale discursului.	Metode aplicative, bazate pe modele reale sau simulate: modelarea, exercițiul, problematizarea, demonstrația, prelegerea cu oponent, simularea	Lectura/ audierea/ vizionarea unor fragmente de discursuri publice/ modelarea PRO și/ sau CONTRA, prin tragere la sorți doar în ziua susținerii	C3 stăpânirea bazelor tehnoredactării și ale corecturii de texte, folosirea programelor de tehnoredactare a documentelor pe calculator și a tehnicilor de arhivare a documentelor	2
4	Toposuri și strategii argumentative. Moțiuni/ argumente obiective/ subiective/ construirea unui dosar de argumentare (I).	Metode aplicative, bazate pe modele reale sau simulate: modelarea, exercițiul, problematizarea, demonstrația, prelegerea cu oponent, discursuri multimedia	Analiză de discursuri argumentative. Modele: Andre Frossard. De ce să trăim și alte întrebări despre Dumnezeu	C 5.2 Utilizarea instrumentarului retoric, argumentativ și semiotic pentru înlăturarea unor disfuncționalități în comunicare și/ sau mediere	2
5	Logică și limbaj discursiv/ argumentativ. Tipologia argumentelor (I). Aplicații ale neoreticii în	Predarea dirijată, profesor pentru 5 minute, adresare de întrebări și răspunsuri	Modele de dezbateri propuse de profesor, publicate în Revista	C 2.1 Identificarea și înțelegerea teoriilor cu privire la gestiunea informațiilor,	2

	discursul public/ politic/ social. Dezbaterea: Sunt oare compatibile știința și credința? sau alte teme negociate dintre cele care sunt în top 10 probleme ale lumii contemporane (I)	pe baza studiului individualizat, eseul de 5 minute, discursuri multimedia	„Perspective”	comunicarea mediatică, sistemele media, dinamica acestora și la efectele comunicării mediatice.	
6	Tipologia argumentelor (II). Conectori argumentativi (I). Analiza unor (fragmente de) discursuri ale unor personalități publice/ politice și a efectelor retorice obținute prin sugerarea implicitei prin explicit; instituirea unui sens figurat, descifrat pe baza sensului literal; utilizarea unui limbaj figurat și stilizat; decelarea intențiilor locutorului sau autorului textului.	Predarea dirijată, profesor pentru 5 minute, adresare de întrebări și răspunsuri pe baza studiului individualizat, eseul de 5 minute	Pregătirea unor dezbateri de teme de interes public privind probleme ale lumii contemporan în echipe tip Karl Popper	C 5.2 Utilizarea instrumentarului retoric, argumentativ și semiotic pentru înlăturarea unor disfuncționalități în comunicare și/ sau mediere	2
7	Aplicații ale neoreticii în discursul public/ politic/ social. Dezbaterea: Sunt oare compatibile știința și credința? sau alte teme negociate (II) sau Clonarea și bioetica sau alte teme, la alegere, propuse de Andre Frossard și / sau de către studenți/ profesor.	Metode aplicative, bazate pe modele reale sau simulare: modelarea, munca în perechi/ munca în echipe de 3/ 6 exercițiul, problematizarea, demonstrația, prelegerea cu oponent	Simularea unor micromomente de dezbatere de tip Karl Popper	C 1.4 Aplicarea legislației naționale și europene privind liberul acces la informație, proprietatea intelectuală, drepturile de autor, copyright-ul etc. în procesul comunicării profesionalizate și în activitățile de informare documentare	2
8	DEZBATERICA de tipul KARL POPPER. Structură și funcții educative (I). Exemple din concursurile naționale.	Metode aplicative, bazate pe modele reale sau simulare: modelarea, munca în perechi/ munca în echipe de 3/ 6	Simularea unor microsecvențe de dezbatere de tip Karl Popper	-	2
9	DEZBATERICA de tipul KARL POPPER. Structură și funcții educative (II). Exemple din concursurile internaționale.	Metode aplicative, bazate pe modele reale sau simulare: modelarea, munca în perechi/ munca în echipe de 3/ 6	Simularea unor microsecvențe de dezbatere de tip Karl Popper	-	2
10	Logică și discurs argumentativ. tipuri de raționamente: inductiv/ deductiv/ abductiv (I)	Metode aplicative, bazate pe modele reale sau simulare: modelarea, exercițiul, problematizarea, demonstrația, prelegerea cu oponent, discursuri multimedia	Simularea unor microsecvențe de dezbatere de tip Karl Popper	-	2
11	Logică și discurs argumentativ. tipuri de raționamente: inductiv/ deductiv/ abductiv (II)	Metode aplicative, bazate pe modele reale sau simulare: modelarea, exercițiul, problematizarea, demonstrația, prelegerea cu oponent, discursuri multimedia	Simularea unor microsecvențe de dezbatere de tip Karl Popper	-	2
12	Logică și discurs argumentativ. tipuri de raționamente: inductiv/ deductiv/ abductiv (III)	Metode aplicative, bazate pe modele reale sau simulare: modelarea, exercițiul, problematizarea, demonstrația, prelegerea cu oponent,	Simularea unor microsecvențe de dezbatere de tip Karl Popper	-	2

		discursuri multimedia			
13	Structuri logico-lingvistice. Verbe / adverbale de opinie/ exprimare argumente obiective/ subiective. Metode de implicare a emițătorului vs a publicului/ auditorului: interogația și invocarea retorică.	Metode aplicative, bazate pe modele reale sau simulare: modelarea, exercițiul, problematizarea, demonstrația, prelegerea cu oponent, discursuri multimedia	Simularea unor microsecvențe de dezbateri de tip Karl Popper	-	2
14	Structuri logico-lingvistice. Relații semantice și tipuri de conectori lingvistici pentru exprimarea raporturilor de simultaneitate/ anterioritate/ consecutivă/ consecință/ cauzalitate/ scop/ concesie.	Metode aplicative, bazate pe modele reale sau simulare: modelarea, exercițiul, problematizarea, demonstrația, prelegerea cu oponent, discursuri multimedia	Simularea unor microsecvențe de dezbateri de tip Karl Popper	-	2

Bibliografie

[A] Bibliografie obligatorie:

1. Foresman, Galen A., Fosl, Peter S., Watson, Jamie C., The Critical Thinking Toolkit, Wiley Blackwell, 2016
2. Houck, Davis W., Public Speaking in the 21st Century: Instructor's Annotated Edition, 2019
3. Săvulescu, Silvia, Retorică și teoria argumentării, București, editura Comunicare.ro, SNSPA; 2014
4. SZEKELY, Eva Monica, Elemente de retorică și argumentare. Note de curs, CD, Editura UPM, 2009, reeditare 2019
5. Coman, Mihai, Mass-media, religie, spațiu public, Editura: POLIROM, 2020, ISBN: 973-46-8314-7
6. Manualul pentru dezbateri, Asociația ARDOR, 2016
<http://ardor.org.ro/wp-content/uploads/2016/05/Dezbateri-Oratorie-si-Retorica-online.pdf>

[A] Bibliografie obligatorie:

1. ***, Manual de dezbateri academice. Comunicare. Retorică. Oratorie, (Traducere, adaptare și prefață de Vioare Murariu), Polirom, 2002;
Dezbateri de tip Karl Popper, vezi mai jos
http://www.seminarulagapia.ro/Documente/bibliografie_cl11_dezbateri.pdf

[II] Bibliografie facultativă/ opțională (2 titluri):

4. Gherguț, Alois, Cuvântul și condiția umană. Reflecții, proiecții și regăsiri, Polirom, 2019, ISBN: 978-973-46-7939-3
5. Hermeziu, Cristina (coord), Viața pe Facebook. Dau like, deci exist, Polirom, 2020, ISBN: 978-973-46-8070-2
6. Mihai, Gh., Retorica tradițională și retorici moderne, Editura ALL, București, 2018;
7. Sălăvăstru, Constantin, Teoria și practica argumentării, Polirom, 2013.

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Portofoliul de evaluare și unitatea de argumentare. Dezbateri de tip Karl Popper ca metodă de învățare/ diseminare. Particularități, structură, obiective. Grila de evaluare. Analiza unor modele de discursuri/ argumentații/ dezbateri de tip Karl Popper. Transformarea dezbaterii de tip Karl Popper în discurs argumentativ	simularea/ exercițiul/ audio-video audiere discursuri/ exercițiul în perechi, problematizare, jurnalul dublu	vizualizare a unor înregistrări de concursuri internaționale de dezbateri/ din cadrul International Debate Association	CT2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipă cu îndeplinirea unor sarcini de coordonare pe paliere diverse	4
2	Unitatea de argumentare și semnificațiile contextuale ale discursului. Aplicații ale retoricii și argumentării în discursul public/ politic/ social. Listă de teme/ negocierea alegerii a 4-7 teme(Clonarea ar trebui permisă fără restricții/ și	Munca în perechi/ munca în echipe de 3/ 6 Construirea/ dezbateri nor grile de (auto)evaluare a dezbaterilor orale și a produselor	Szekely, Eva Monica, Cum se construiește un discurs argumentativ Liste de moțiuni propuse de studenți, votarea și selecția a 3 teme de dezbateri	CT1. Abordarea în mod realist, cu argumentare atât teoretică, cât și practică, a unor situații-problemă cu grad mediu de complexitate, în vederea soluționării eficiente și	4

	bioetica sau alte teme, la alegere, privind „Top 10 probleme ale lumii contemporane” pentru care studenții/ organizații/ ONG-uri ar trebui să creeze programe/ proiecte de Argumentare și advocacy Cum se construiește un discurs argumentativ. Întemeierea/ enunțul - ce se spune?/ enunțarea – cum se spune?/ modalizarea – prin ce mijloace lingvistice/ retorice?	argumentative scrie (eseu/ argumentație)		deontologice a acestora	
3	Teoria comunicării persuasive. Argumentarea - componentă esențială a activității discursive în general. Argumentarea ca practică logico-lingvistică. Analiza unor modele de discursuri/ argumentații/ dezbateri de tip Karl Popper (I).	Modelarea, exercițiul, problematizarea, demonstrația, prelegerea cu oponent/ simularea/ dezbateri de tip Karl Popper	Echipe Pro (3 studenți) vs. Contra (3 studenți) desemnate prin tragere la sorți în chiar ziua susținerii, ambele echipe trebuind să se pregătească atât pentru varianta pro, cât și pentru varianta contra	CT2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipă cu îndeplinirea unor sarcini de coordonare pe paliere diverse	4
4	Toposuri și strategii argumentative. Moțiuni/ argumente obiective/ subiective/ construirea unui dosar de argumentare (I). Cum se construiește un discurs argumentativ. Întemeierea/ enunțul - ce se spune?/ enunțarea – cum se spune?/ modalizare – prin ce mijloace lingvistice/ retorice? Transformarea dezbaterii de tip Karl Popper în discurs argumentativ (I)	Dezbateri de tip Karl Popper, Modelarea, problematizarea, demonstrația, simularea/ PBL	Analiză de discursuri argumentative. Modele: Andre Frossard. De ce să trăim și alte întrebări despre Dumnezeu	CT1. Abordarea în mod realist, cu argumentare atât teoretică, cât și practică, a unor situații-problemă cu grad mediu de complexitate, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora	4
5	Logică și limbaj discursiv/ argumentativ. Tipologia argumentelor (I). Aplicații ale neoreticilor în discursul public/ politic/ social. Dezbateri de tip Karl Popper (II). Echipe Pro (3 studenți) vs. Contra (3 studenți)	Dezbateri de tip Karl Popper, Modelarea, problematizarea, demonstrația, studiu de caz	Pregătirea unor dezbateri publice de tip Karl Popper Audierea unor modele de pe youtube	CT2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipă cu îndeplinirea unor sarcini de coordonare pe paliere diverse	4
6	Tipologia argumentelor (II). Conectori argumentativi (I). utilizarea unui limbaj figurat și stilizat; decelarea intențiilor locutorului sau autorului textului. Dezbateri de tip Karl Popper (III). Echipe Pro (3 studenți) vs. Contra (3 studenți)	Dezbateri de tip Karl Popper, Modelarea, problematizarea, demonstrația, studiu de caz	Pregătirea unor dezbateri publice de tip Karl Popper Audierea unor modele de pe youtube	CT1. Abordarea în mod realist, cu argumentare atât teoretică, cât și practică, a unor situații-problemă cu grad mediu de complexitate, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora	4
7	Aplicații ale retoricii și argumentării în discursul public/ politic/ social. Alte teme negociate (IV) sau Clonarea și bioetica sau alte teme, la alegere, privind top 10 probleme ale lumii contemporane pentru care studenții/ organizații/ ONG-uri ar trebui să creeze programe/	Dezbateri de tip Karl Popper, Modelarea, problematizarea, demonstrația, studiu de caz	Dezbateri de teme de interes public, în echipe tip Karl Popper	CT2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipă cu îndeplinirea unor sarcini de coordonare pe paliere diverse	4

proiecte de Argumentare și advocacy				
-------------------------------------	--	--	--	--

Bibliografie
A] Bibliografie obligatorie:

1. ***, Manual de dezbateri academice. Comunicare. Retorică. Oratorie, (Traducere, adaptare și prefață de Viorel Murariu), Polirom, 2012;
2. Dezbateri de tip Karl Popper, vezi mai jos
http://www.seminarulagapia.ro/Documente/bibliografie_cl11_dezbateri.pdf
3. Roberts-Miller, Patricia, Rhetoric and Demagoguery, Columbia University Press, 2019

B] Bibliografie facultativă

4. Harris, Robert A., Writing with Clarity and Style. A Guide to Rhetorical Devices for Contemporary Writers, 2017, second edition, Routledge
5. SZEKELY, Eva Monica, Elemente de retorică modernă (1). Cum se construiește un discurs argumentativ, în Studia Universitatis „Petru Maior”, Philologia, nr. 7, ISSN 1582-9960, pp. 97-111 (18 pagini), 2008.
<http://www.cceol.com/asp/authorDetails.aspx?authorId=c01153a8-0528-4087-b8e4-09fbd570b351>
6. SZEKELY, Eva Monica, Elemente de retorică modernă (2). Implicații în educația tinerilor și adulților, în Studia Universitatis „Petru Maior”, Philologia, nr. 8/ 2009, ISSN 1582-9960, pp. 90-108 (18 pagini), (categoria B+, cod CNCIS 170), 2009.
http://www.cncis.ro/cenaposs/2008/Arhiva/reviste_cat_B+_08.pdf <http://www.cceol.com/asp/publicationsDetails.aspx?publicationId=d24c67d5-887e-4f9b-9803-6a5ic71452b475>

B] Bibliografie facultativă

<https://caplimpede.ro/top-10-cele-mai-urgente-probleme-din-lume-foto-video/?cn-reloaded=1>
https://www.realitatea.net/cele-mai-urgente-i-grave-10-probleme-din-lume-liderii-mondiali-inca-nu-au-gasit-solu-ii_1964313_foto_1529426.html#galerie

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

Pregătirea pentru practica noilor forme de jurnalism prin susținerea în diferite variante de discursuri publice (presă, radio TV, referate, comunicări științifice) a propriilor valori și atitudini cu privire la teme de interes public și integrarea dimensiunii cognitive, respectiv afectiv-valorice a personalității prin rolurile din cadrul echipelor de dezbateri / argumentare (beletristic, dar și cognitiv) și a funcțiilor retoricii: funcția persuasivă, funcția hermeneutică, funcția euristică, funcția pedagogică; dobândirea gândirii critice, reflexive și autonome, așa încât să poată interpreta din mai multe perspective același fenomen public/ social pentru a nu se lăsa manipulați și înșelați de imagine, media, publicitate etc.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Intervenții orale/scrise personalizate și creative pe parcursul celor 7 cursuri / prin aplicarea metodelor de gândire critică, de argumentare logică și persuasivă, argumente/ argumentări din presa locală și sau națională, TV, Radio, Internet, statistici etc. privind tema de curs anterior/ utilizarea mijloacelor audio-video documentarea/ căutarea de informații din surse diverse: căutarea pe internet prin telefon mobil, laptop ori alte device-uri	interevaluare formativă studiul individual/ metode grafice de structurare și organizare a informațiilor informarea din surse diverse eseul de 5 minute/ jurnalul dublu diagrama Venn Bonusuri de 1-2 puncte pe intervenție reușită, adăugate la nota finală/nu mai mult decât una/ curs (I.3: max.14 puncte/semestru)	0
- în timpul activității practice	Grila dezbaterii de tip Karl Popper și Grila componentelor de comunicare orală Analiza retorică pro vs contra a unor produse media diferite raportate la aceeași problematică, la alegere (de exemplu: Video-copilul / violența în familie/ violența în școli/educația /educația romilor/etc.). Moțiuni: Ar trebui interzise programele TV needucative, Migrația ar trebui interzisă; Copiii nu ar trebui să muncească etc. (altele, la propunerea/ la alegerea studenților din „Top 10 probleme ale lumii contemporane” (analizate în jud Mureș/ România/ Europa/	dezbateri de tip Karl Popper eseul de 5 minute eseul argumentativ	50

	peste Ocean) diversitatea și valoarea surselor de informare privind tema dezbaterii (atât letrice/ în format atomic, cărți, enciclopedii, dicționare etc., cât și online: statistici, date, discursuri etc.)		
Evaluare finală			
- examen teoretic final	rezolvarea a 15 itemi cu caracter teoretic și practic aplicativ: 3 itemi de tip completare/cu răspuns scurt/10 itemi de tip grilă/cu alegere multiplă și 2 itemi cu alegere duală/ de tipul A(devărat)/ F(als), 1-4 puncte pentru fiecare item, în funcție de complexitate și dificultate	chestionarul de tip quize	30
- examen practic final	Elaborarea unui discurs/ eseu argumentativ bazat pe o grilă de evaluare cu 10 criterii a câte 2 puncte/ criteriu, cunoscute încă de la începutul semestrului, la primul curs/ seminar (formularea clară și corectă a motiunii/ problemei, premisele, ipoteza/ ipoteze, formularea corectă a opiniei/ opiniilor, argument1 vs contraargument 1, argument2 vs contraargument 2, folosirea unor raporturi semantice adecvate - analogie, contiguitate, paralelism, antiteză etc. și a mărcilor/ referențelor lingvistice potrivite etc.)	discursul public eseul argumentativ	20
Standard minim de performanță: • Participarea la realizarea unui proiect în echipă, cu îndeplinirea unor roluri/funcții profesionale alese și/ sau date/ - Obligativitatea susținerii dezbaterii de tip Karl Popper la seminare/ recuperarea dezbaterii contra cost, conform Regulamentului UMFST • Elaborarea unui proiect/ unitate de argumentare/ eseu sau cel puțin a unei părți a unui asemenea proiect, aplicând atât cunoștințe, teorii și metode de diagnoză și intervenție/ soluție, cât și norme și principii de etică profesională/ antiplagiat • 50 % frecvență la cursuri și 75% frecvență la seminare/ • Minim 25 de puncte acumulate din totalul de 50 de puncte de pe parcursul activităților practice impuse pe parcursul semestrului (10.1, 10.2 și 10.3): I (I.1+I.2+I.3) = minim 25 de puncte • Minim 25 de puncte acumulate din totalul de 50 de puncte de la examenul final scris (10.4.): II.1 + II.2=minim 25 puncte • Punctele se vor transforma în notă, rotunjindu-se în sus, în favoarea studentului, după modelul: I (I.1+I.2+I.3) + II (II.1+ II.2) =37p (17p+12p+ 8p)+ 29p (15p+14p) =66 p, deci nota 7 (șapte) La acestea se adaugă punctajele extra-bonusuri de la cursuri			

11. Orar consultații studenți

Conf dr Szekely Eva-Monica	câte 30 de minute după fiecare curs
----------------------------	-------------------------------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Gândire critică			
2.2 Titularul activităților de curs: Lect dr Nistor Eugeniu			
2.3 Titularul activităților practice: Lector dr. Eugeniu Nistor			
2.4 Anul de studii: I	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: E	2.7 Regimul disciplinei: Obl

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 6	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 42	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 40		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 40		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 12		
- tutorial: 2		
- examinări: 4		
- alte activități: 2		
3.8 Total ore de studiu individual: 100		
3.9 Total ore pe semestru: 142		
3.10 Număr de credite: 4		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum: Studiile despre gândirea clasică, modernă și contemporană au rostul de a le oferi studenților cunoștințele de bază strict necesare pentru dobândirea unor trăsături valoroase ale personalității umane, cum sunt: claritatea și exactitatea în gândire și comunicare, disciplină și perseverență în activitatea intelectuală, poziționare rapidă, fermitate rațională și capacitate sporită de selectare, alegere și evaluare, raționalitate și eficiență, în luarea deciziilor în relațiile sociale, și aceasta sub triplu aspect: examinare, adaptare și aplicare la spiritul civilizației contemporane. Exercițiile aplicative și activitățile de seminar vor contribui la mai buna fixare a cunoștințelor teoretice, la întărirea corectitudinii operațiilor și proceselor gândirii critice, raționale.
4.2 de competențe: Studenții ar trebui să fie pregătiți încă din liceu pentru o bună structurare a ideilor și proceselor logice ale gândirii, din care decurge întregul evantai de concepte și idei!

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: Necesită dotare cu videoproiector
5.2 a activităților practice: Nu se acceptă cereri de amânare în predarea lucrărilor de seminar. Pentru predarea cu întârziere a referatelor, acestea vor fi depunctate cu 0,5 puncte / zi de întârziere.

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: C.2. Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul Științelor

comunicării.

C.1.1. Definirea principalelor concepte specifice domeniului, utilizarea lor și a terminologiei de specialitate în situații multiple.

C4. Realizarea și promovarea unui produs de relații publice.

C. 4.5. Prezentarea acestui produs în cadrul practicii profesionale

6.2 transversale:

CT1. Rezolvarea în mod realist – cu argumentare atât teoretică, cât și practică – a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora.

Elaborarea unui proiect sau cel puțin a unei părți a unui asemenea proiect, aplicând atât cunoștințe, teorii și metode de diagnoză, cât și norme și principii de etică profesională.

CT2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice.

Participarea la realizarea unui proiect în echipă, cu îndeplinirea unor funcții profesionale date.

6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:

Familiarizarea cu termenii specifici ai limbajului structurat în gândirea critică actuală

7.2 Obiective specifice:

Cunoașterea și înțelegerea influenței gândirii critice în progresul istoric al omenirii.

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Introducere în gândirea critică – caracterul practic al acesteia în viața publică a comunităților umane	Prelegere	Se alege o carte din bibliografie	-	2
2	Configurarea gândirii critice în antichitate: secvențe ale acesteia în civilizațiile orientale (la vechii chinezi și la vechii indieni).	Prelegere	Se alege o carte din bibliografie	-	2
3	Abordarea gândirii critice în Grecia antică, ca factor de progres în școlile: milesiană, megarică, pitagoreică, eleată, sofistă și atomistă.	Prelegere	Se alege o carte din bibliografie	-	2
4	„Metoda maieutică” a lui Socrate – ca formă primară a gândirii dialectice. Propozițiile categorice și valoarea lor de adevăr în gândirea socratică.	Prelegere	Se alege o carte din bibliografie	-	2
5	Adevărul și falsul, argumentele, contraargumentele, argumentele „reparate” și cele combinate, falsele dileme etc. – din gândirea lui Platon.	Prelegere	Se alege o carte din bibliografie	-	2
6	Legile fundamentale ale gândirii logicii formale instituite de Aristotel: legea identității, legea noncontradicției, legea terțului exclus, legea rațiunii suficiente	Prelegere	Se alege o carte din bibliografie	-	4
7	Raționamentele „Noului organon” și noțiunea de gândire critică în Evul mediu creștin și în Renașterea europeană. Succesul „metodei” carteziene.	Prelegere	Se alege o carte din bibliografie.	-	2
8	Trilogia critică a lui Immanuel Kant – văzută ca testament al epocii moderne și normele dialectice de gândire ale „tripartiției” lui Hegel (teză, antiteză, sinteză)	Prelegere	Se alege o carte din bibliografie	-	4
9	Însemnele postmodernității în gândirea „negativă” a lui Nietzsche – în opoziție cu pozitivismul logic și cu gândirea științifică („pozitivă”) a epocii moderne.	Prelegere	Se alege o carte din bibliografie	-	2
10	Alte direcții în gândirea critică a secolului XX: critica filosofică a lui Heidegger, dialectica „diferențiată” și gândirea „slabă” – teoretizate de Gianni Vattimo.	Prelegere	Se alege o carte din bibliografie	-	2
11	Gândirea verticală (selectivă) și gândirea laterală (generativă) – ca forme de manifestare ale gândirii critice actuale, dar și ca aspecte de contrarietate între gândirea tradițională și gândirea novatoare, ultimele fiind privite și ca deschizătoare de drumuri în domeniul complex al relațiilor și comunicării publice.	Prelegere	Se alege o carte din bibliografie	-	4

Bibliografie

Bibliografie*

1. Aristotel – Organon I. Categorii. Despre interpretare. Analitica primă. Traducere, studiu introductiv și note de Mircea Florian, Editura IRI, București, 1997.

2. Aristotel – Organon II. Analitica secundă. Topica. Respingerile sofiste. Traducere, studiu introductiv și note de Mircea Florian, Editura IRI, București, 1998.
3. Aristotel – Metafizica. Traducere de Șt. Bezdechi, studiu introductiv și note de Dan Bădăraș, Ed. Academiei, București, 1965.
4. Aristotel – Retorica. Ediție bilingvă. Traducere, studiu introductiv și index de Maria-Cristina Andrieș, note și comentarii de Ștefan-sebastian Maftei, Ed. IRI, București, 2004.
5. Platon – Dialoguri. / Apărarea lui Socrate; Charmides; Menon; Gorgias; Banchetul; Fedon; Scrisoarea a VII-a / După traducerea lui Cezar Papacostea, revizuite și întregite cu două traduceri noi și cu “Viața lui Platon” de Constantin Noica, Ed. pentru lit. univ., București, 1968.
6. Francis Bacon – Noul organon, trad. De N. Petrescu și M. Florian, studiu introductiv de Al. Posescu, Editura Academiei RPR, București, 1957.
7. Rene Descartes – Discurs despre metoda de a ne conduce bine rațiunea și de a căuta adevărul în științe, traducere de Daniela-Rovența Frumușani și Al. Boboc, note, comentarii, bibliografie de Alexandru Boboc, Ed. Academiei Române, București, 1990.
8. Immanuel Kant – Critica rațiunii pure, traducători Nicolae Bagdasar și Elena Moisiuc, studiu introductiv, glosar kantian și indice de nume proprii Nicolae Nagdasar, Ed. Științifică, București, 1969.
9. Gianni Vattimo – Pier Aldo Rovatti – Gândirea slabă, Editura Pontica, Constanța, 1998.
10. Edward de Bono – Gândirea laterală, Editura Curtea Veche, București, 2011
11. Eugeniu Nistor - „Gândire și comunicare în epoca modernă: sistemul lui Immanuel Kant”, în revista Studia Universitatis „Petru Maior”- seria Philologia, p. 63-71, nr. 19 / Târgu-Mureș, 2015.
12. Eugeniu Nistor - „Gândire critică și conștiință în opera filosofică a lui Lucian Blaga”, p. 41-46, în revista Studia Universitatis „Petru Maior”. Philologia, nr. 24 / 2018, Editura Universității „Petru Maior”, Târgu-Mureș, 2018.

* Se vor alege 7 cărți

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Argumentări, demonstrații și raționamente celebre în cărți și tratate de gândire critică.	Lecturi, dezbateri, exemplificări	Se alege din bibliografie o carte	-	2
2	Fundamente ale gândirii omenești dintotdeauna. Clase de obiecte și aplicații cu termeni-cheie din conținutul noțiunii (predicatul logic și subiectul logic). Propozițiile compuse și valoarea lor de adevăr: conjuncția, disjuncția, implicația și echivalența; definiția, definitul, definitorul, relația de definire și tipuri de definiții; clasificare și tipurile de clasificare, regulile de corectitudine în clasificare.	Dezbateri; conversații euristice	Se alege din bibliografie o carte	-	2
3	Gândire și comunicare. Formulele standard ale propozițiilor categorice – particulare și universale (afirmative și negative). Exemplificări de contradicție / contrarietate / subcontrarietate / subalternare. Conversiunea, abversiunea și contrapropoziția propozițiilor categorice. Silogismul – validitatea, legile și modurile silogismului	Dezbateri; conversații euristice	Se alege din bibliografie o carte	-	2
4	Examinarea fondului gândirii critice actuale în baza unor idei recurente, precum: evitarea de a trage concluzii pripite, recapitularea tuturor presupunerilor, generarea de idei noi, evaluarea finală a dovezilor	Dezbateri; conversații euristice	Se alege din bibliografie o carte	-	2
5	Canonul gândirii clasice și concepția „retorică” despre adevăr, în opoziție cu noile paradigme ale postmodernismului – totul luat ca bifurcații posibile ale gândirii omenești	Activități aplicative (exerciții)	Se alege din bibliografie o carte	-	2
6	Natura gândirii laterale și utilitatea ei în în ședințele de brainstorming – prin aplicarea unor metode diverse (stimularea încrucișată, conceperea cadrului formal, suspendarea judecății)	Activități aplicative (exerciții)	Se alege din bibliografie o carte	-	2
7	Metode actuale pentru dezvoltarea gândirii critice în sistemul educativ: metoda sistemului interactiv de notare pentru eficientizarea lecturii și a gândirii (SINELG), tehnica ciorchinului, metoda cubului, cvintetul, “știu / vreau să știu / am învățat”, metoda mozaicului, metoda „copacului ideilor”, metoda liniei valorilor, metoda învățării în grupuri	Activități aplicative (exerciții)	Se alege din bibliografie o carte	-	2

Bibliografie

1. Diogenes Laertios – Despre viețile și doctrinele filosofilor. Traducere din limba greacă de C. I. Balmuș, Studiu introductiv și comentarii de Aram M. Frenkian, Ed. Academiei, București, 1963.
2. Fragmentele presocraticilor – Vol. I, Traducere integrală după ediția Diels-Kranz cu introduceri și note de Simina Noica și Constantin Noica, Ed. Junimea, Iași, 1974.

3. Anton Dumitriu – Istoria logicii, vol. I-IV, ediția a III-a, revăzută și adăugită, Editura Tehnică, București, 1993-1998.
4. Rene Descartes – Discurs despre metoda de a ne conduce bine rațiunea și de a căuta adevărul în științe, traducere de Daniela-Roventă Frumușani și Al. Boboc, note, comentarii, bibliografie de Alexandru Boboc, Ed. Academiei Române, București, 1990.
5. Immanuel Kant – Întemeierea metafizicii moravurilor. Critica rațiunii practice, traducere, studiu introductiv, note și indici Nicolae Bagdasar, prefață Nicolae Bellu, Ed. Științifică, București, 1972.
6. Immanuel Kant – Prolegomene la orice metafizică viitoare care se va putea înfățișa ca știință, traducere de Mihalil Antoniadă, ediție îngrijită și studiu introductiv de Eugeniu Nistor, Editura Ardealul, Colecția “Biblioteca de filosofie”, Târgu-Mureș, 1999.
7. Immanuel Kant – Critica puterii de judecată, traducerea «Criticii facultății de judecată» - Vasile Dem. Zamfirescu, Alexandru Surdu, traducerea «Primei introduceri la Critica facultății de judecată» - Constantin Noica, Ed. Trei, București, 1995.
8. G. W. Fr. Hegel – Fenomenologia spiritului. Traducere de Virgil Bogdan, Ed. Academiei RSR, București, 1965.
9. Friederich Nietzsche – Așa grăit-a Zarathustra (O carte pentru toți și pentru nimeni), în românește de Victoria Ana Tăușan, Editura Edinter, București, 1991.
18. Georg Klaus – Logica modernă. Schiță a logicii formale. Traducere și note de Mircea Țigoiu, prefață de prof. dr. Radu Stoichiță, Editura Științifică și Enciclopedică, București, 1977.
10. P. Botezatu, T. Dima, P. Bieltz, S. Vieru, Gh. Enescu – Direcții în logica contemporană, colecția Logos, Editura Științifică, București, 1974.
11. Alexandru Surdu – Contribuții românești în domeniul logicii în secolul XX, Editura Fundației, „România de Măine”, București, 1997.
12. Alexandru Surdu – Itinerarii logico-filosofice, Editura Paideia, București, 2003.
13. Alexandru Surdu – Teoria formelor logico-clasice, colecția Cogito, Editura Tehnică, București, 2008.
14. Alexandru Surdu – Cercetări logico-filosofice, colecția Cogito, Editura Tehnică, București, 2008.
15. Lucian Blaga – Eonul dogmatic, Editura Humanitas, București, 1994.
16. Claude Levi – Strauss – Gândirea sălbatică. Totemismul azi. Traducere de I. Pecher, Editura Științifică, București, 1970.
17. Calvin O. Schrag – Resursele raționalității. Un răspuns la provocarea postmodernă. Traducere de Angela Botez și Argentina Fîrîță, cuvânt înainte de A. Botez, Editura Științifică, București, 1999.
18. Eugeniu Nistor - „Gândire și comunicare în epoca modernă: sistemul lui Immanuel Kant”, p. 63-71, în revista Studia Universitatis „Petru Maior”- seria Philologia, nr. 19 / Târgu-Mureș, 2015.
19. Eugeniu Nistor - „Gândire critică și conștiință în opera filosofică a lui Lucian Blaga”, p. 41-46, în revista Studia Universitatis „Petru Maior”. Philologia, nr. 24 / 2018, Editura Universității „Petru Maior”, Târgu-Mureș, 2018.

* Se vor alege 7 cărți

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

Disciplina răspunde nevoii instituțiilor și actorilor sociali de înțelegere și acțiune specifice mediului organizațional.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Verificarea cunoștințelor teoretice	Referate, teste conceptuale	50
- în timpul activității practice	Verificarea cunoștințelor teoretice și practice	Lucrări la minut	10
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Examen sumativ	Răspunsuri la întrebări directe și teste grilă	20
- examen practic final	Verificarea cunoștințelor teoretice și a abilităților de lucru cu noțiunile de gândire critică	Referate și eseuri	20
Standard minim de performanță: Insusirea cunosintelor de baza ale disciplinei			

11. Orar consultații studenți

Lect dr Nistor Eugeniu	Miercuri 12-14
------------------------	----------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Limba modernă - italiană (2)			
2.2 Titularul activităților de curs: -			
2.3 Titularul activităților practice:			
2.4 Anul de studii: I	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Opt

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 2	3.2 din care curs: 2	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 14	3.5 din care curs: 0	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe:		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren:		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri:		
- tutorial:		
- examinări:		
- alte activități:		
3.8 Total ore de studiu individual: 36		
3.9 Total ore pe semestru: 50		
3.10 Număr de credite: 2		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
-
5.2 a activităților practice:
Sală de laborator multimedia, sistem de amplificare audio, fotocopii, materiale pe suport electronic, proiector, xerox

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
C1 1 Cunoașterea și înțelegerea contextelor și rolurilor socioculturale, a convențiilor de comunicare orală și scrisă în limba străină în termeni de receptare (citit/ascultat), producere (scris/oral) și strategii lingvistice.
C1 2 Cunoașterea și înțelegerea contextelor și rolurilor, precum și a conceptelor, metodelor și a discursului/limbajului specific diverselor situații de comunicare profesională în mediul academic de limba străină, cu accent pe situația retorică, formele de comunicare scrisă și orală, etapele procesului de scriere, produsele scrisului academic din aria științelor sociale/exacte/umaniste, deontologia profesională și recunoașterea situațiilor de plagiat.
C2 1 Interpretarea relației dintre mesajul oral sau scris și contextul său, identificarea tehnicilor argumentative și de construcție a mesajului de tip științific în limba străină, cu precădere în situații de comunicare academică și

profesională.

C3 Comunicarea orală și scrisă, în limba programului de studii și într-o limbă de circulație internațională, a unor mesaje structurate referitoare la o problemă dată din specialitate

6.2 transversale:

CT1 Realizarea sarcinilor de lucru individuale pe baza modelelor de scriere și cu asistența profesorului, concretizate într-un portofoliu individual. Utilizarea componentelor domeniului studiului academic în limba străină în deplină concordanță cu etica profesională

CT2 Participarea la realizarea de proiecte de lucru în perechi și în echipă, cu accent pe familiarizarea cu rolurile în cadrul echipei

6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:

Studentii vor putea utiliza competent limba italiană, cel puțin la nivelul B2, în activitatea lor academică și în viitoarea activitate profesională.

7.2 Obiective specifice:

1. Cunoașterea și înțelegerea aprofundată a contextelor și rolurilor, precum și a conceptelor, metodelor și a discursului/limbajului specific diverselor situații de comunicare profesională în mediul academic de limba italiană, cu accent pe situația retorică, formele de comunicare scrisă și orală, etapele procesului de scriere și produsele scrisului academic, precum și pe deontologia profesională.
2. Utilizarea cunoștințelor aprofundate pentru explicarea și interpretarea diverselor modalități de comunicare scrisă (genuri de texte științifice) și orală (comunicări științifice) și a convențiilor ce guvernează redactarea textelor științifice în limba italiană în contextul studiilor de licență și al comunității profesionale extinse (naționale și internaționale).
3. Transferul conceptelor/principiilor/metodelor învățate în activități de receptare a textului scris și de producere vizând etapele procesului de scriere, organizarea și dezvoltarea ideilor, structura textului și strategiile de comunicare verbală orală și scrisă la standarde specifice limbii italiene specializate pentru discursul științific.

8.1 Conținutul orelor de seminar, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Expunere, exerciții de citire – înțelegere, ascultare - înțelegere, exprimare orală.	Conversația	-	-	2
2	Expunere, exerciții de citire – înțelegere, ascultare - înțelegere, exprimare orală.	Conversația	-	-	2
3	Expunere, exerciții de citire – înțelegere, ascultare - înțelegere, exprimare orală.	Conversația	-	-	2
4	Expunere, exerciții de citire – înțelegere, ascultare - înțelegere, exprimare orală.	Conversația, problematizarea	-	-	2
5	Expunere, exerciții de citire – înțelegere, ascultare - înțelegere, exprimare orală.	Conversația, problematizarea	-	-	2
6	Expunere, exerciții de citire – înțelegere, ascultare - înțelegere, exprimare orală.	Conversația, problematizarea	-	-	2
7	Expunere, exerciții de citire – înțelegere, ascultare - înțelegere, exprimare orală.	Conversația, problematizarea	-	-	2

Bibliografie

1. T. MARIN, MAGNELLI, S. Nuovo Progetto Italiano 3, Libro dello studente, Edilingua, Roma, 2007.
2. Armida RONCARI, BRIGHENTI, Carlo La lingua italiana per gli stranieri, Edizioni Scolastiche Mondadori, 1971.
3. Mariana STĂNCIULESCU-CUZA, GHERMAN Haritina, LĂZĂRESCU George Dicționar italian- român, Editura 100+1 Gramar, București, 2000.
4. Doina CONDREA DERER (coord.) Dicționar român –italian, Editura Gramar, București, 1999.

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

-

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			

- la curs	- îndeplinirea corectă și la timp a sarcinilor de lucru - însușirea vocabularului de specialitate - corectitudinea și adecvarea	Portofolii	10
- în timpul activității practice	- îndeplinirea corectă și la timp a sarcinilor de lucru - însușirea vocabularului de specialitate - corectitudinea și adecvarea	Evaluare pe parcurs	10
Evaluare finală			
- examen teoretic final	- îndeplinirea corectă și la timp a sarcinilor de lucru - însușirea vocabularului de specialitate - corectitudinea și adecvarea	Examen scris	60
- examen practic final	- îndeplinirea corectă și la timp a sarcinilor de lucru - însușirea vocabularului de specialitate - corectitudinea și adecvarea	Producere orală și scrisă	20
Standard minim de performanță: Prezența minimă la seminar 70%			

11. Orar consultații studenți

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Limba modernă - germană (2)			
2.2 Titularul activităților de curs: -			
2.3 Titularul activităților practice:			
2.4 Anul de studii: I	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Opt

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 2	3.2 din care curs: 2	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 14	3.5 din care curs: 0	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe:		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren:		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri:		
- tutorial:		
- examinări:		
- alte activități:		
3.8 Total ore de studiu individual: 36		
3.9 Total ore pe semestru: 50		
3.10 Număr de credite: 2		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
-
5.2 a activităților practice:
Sală de seminar dotată cu echipament audio-video.

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
Participarea în contexte (de comunicare) profesionale și culturale care solicită abilități de comunicare și utilizarea unor cunoștințe (generale și semispecializate) în comunicarea în limba germană în domeniile de aplicație ale specializării;
Aplicarea adecvată a tehnicilor de comunicare orală și scrisă în domenii de larg interes și semispecializat;
6.2 transversale:
Gestionarea optimă a sarcinilor profesionale și deprinderea executării lor la termen, în mod riguros, eficient și responsabil;
Respectarea normelor de etică specifice domeniului;
Aplicarea tehnicilor de relaționare în grup și dezvoltarea capacităților empatice de comunicare interpersonală și de asumare de roluri specifice în cadrul muncii în echipă având drept scop eficientizarea activității grupului și

economisirea resurselor, inclusiv a celor umane.

6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:

Exersarea competențelor de comunicare în limba germană, necesare în practica profesională din domeniul administrației publice.

7.2 Obiective specifice:

A. Obiective cognitive

1. Utilizarea principalelor metode de transmitere și receptare a informației în limba germană;

B. Obiective procedurale

1. Aplicarea și interpretarea corectă a metodelor de traducere în concordanță cu trăsăturile specific ale contextului profesional;

2. Adaptarea metodelor la tipul situație și segmentul de receptori.

3. Delimitarea și aplicarea modalităților de lucru pentru realizarea unei comunicări în limba germană.

C. Obiective atitudinale

1. Conștientizarea responsabilității față de actul de comunicare în limba germană;

2. Implicarea proactivă în respectarea substanței termenilor din limba sursă în limba țintă în momentul traducerii textelor tehnice;

3. Dezvoltarea unor atitudini realiste și optimiste privind rolul educației în dezvoltarea societății.

8.1 Conținutul orelor de seminar, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Exerciții aplicative: Articolul hotărât, articolul nehotărât și articolul zero. Anwendungsübungen: Der bestimmte Artikel, der unbestimmte Artikel und der Nullartikel.	exerciții, problematizare, explicații, activități individuale și de grup	-	-	2
2	Exerciții de formare a substantivelor și de utilizare a acestora în propozitii. Übungen zur Bildung von Substantiven und deren Verwendung in Sätzen.	exerciții, problematizare, explicații, activități individuale și de grup	-	-	2
3	Utilizarea corectă a adjectivului și adverbului în diferite contexte. Die korrekte Verwendung von Adjektiven und Adverben in verschiedenen Kontexten.	exerciții, problematizare, explicații, activități individuale și de grup	-	-	2
4	Utilizarea corectă a prepozițiilor în diferite contexte. Korrekte Verwendung von Präpositionen in verschiedenen Kontexten.	exerciții, problematizare, explicații, activități individuale și de grup	-	-	2
5	Exerciții aplicative: conjuncția. Anwendungsübungen: die Konjunktion.	exerciții, problematizare, explicații, activități individuale și de grup	-	-	2
6	6. Exerciții aplicative: particulele. Anwendungsübungen: die Partikeln.	exerciții, problematizare, explicații, activități individuale și de grup	-	-	2
7	Exerciții de utilizare a limbii germane în situații de comunicare scrisă și orală. Übungen zum Umgang mit der deutschen Sprache in schriftlichen und mündlichen Kommunikationssituationen.	exerciții, problematizare, explicații, activități individuale și de grup	-	-	2

Bibliografie

Balaș, O., Limba germană, Polirom, 2018, ISBN: 978-973-46-7621-7

Krenn, W., Puchta, H., Motive, Kursbuch, Hueber, 2016, ISBN: 978-3-19-031878-0

Krenn, W., Puchta, H., Motive, Arbeitsbuch, Hueber, 2016

Höldrich, B., Deutsch-Lesen und Schreiben, Hueber, 2013, ISBN: 978-3-19-457493-9

Myrthe, J., Grundkurs Deutsch, 2014, Expresion

Swerlowa, O., Grammatik im Gespräch, Langenscheidt, 2008, ISBN: 978-3-468-49497-0

Koithan, U., Schmitz, H., Sieber, T., Sonntag, R., Aspekte Mittelstufe Deutsch, Arbeitsbuch 1, Langenscheidt, 2007, ISBN: 9783468474729

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

Competențele procedurale și atitudinale ce vor fi achiziționate la nivelul disciplinei – vor satisface așteptările reprezentanților asociațiilor profesionale și angajatorilor din țară și din străinătate.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	-	-	0
- în timpul activității practice	Activitatea în cadrul seminarului, răspunsuri la întrebări, cunoașterea terminologiei, efectuarea temelor de casă.	verificare pe parcurs	25
Evaluare finală			
- examen teoretic final	-	-	0
- examen practic final	Cunoștințe teoretice și aplicative	test scris	75
Standard minim de performanță: Studentul va fi capabil să citească și să traducă un text tehnic de dificultate scăzută, să formuleze răspunsuri la întrebări simple pe temele studiate și să cunoască vocabularul tematic studiat.			

11. Orar consultații studenți

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Limba modernă - franceză (2)			
2.2 Titularul activităților de curs: -			
2.3 Titularul activităților practice:			
2.4 Anul de studii: I	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Opt

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 2	3.2 din care curs: 2	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 14	3.5 din care curs: 0	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe:		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren:		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri:		
- tutorial:		
- examinări:		
- alte activități:		
3.8 Total ore de studiu individual: 36		
3.9 Total ore pe semestru: 50		
3.10 Număr de credite: 2		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
4.2 de competențe:

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
5.2 a activităților practice:

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
6.2 transversale:
6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:
7.2 Obiective specifice:

8.1 Conținutul orelor de seminar, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
Bibliografie					

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

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs			0
- în timpul activității practice			0
Evaluare finală			
- examen teoretic final			0
- examen practic final			0
Standard minim de performanță:			

11. Orar consultații studenți

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Limba modernă - engleză (2)			
2.2 Titularul activităților de curs: -			
2.3 Titularul activităților practice: Conf dr Han Bianca-Oana			
2.4 Anul de studii: I	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Opt

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 2	3.2 din care curs: 2	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 14	3.5 din care curs: 0	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 14		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 12		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 4		
- tutorial: 2		
- examinări: 4		
- alte activități: 0		
3.8 Total ore de studiu individual: 36		
3.9 Total ore pe semestru: 50		
3.10 Număr de credite: 2		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum: Limba modernă - engleză (1)
4.2 de competențe: competențe lingvistice de cel puțin B1

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: -
5.2 a activităților practice: videoproiector, acces la internet

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: Comunicare eficientă: Studenții își vor dezvolta și completa abilitățile de comunicare în limba engleză, ceea ce este esențial în multe medii profesionale internaționale. Scriș și redactare: Cursurile de limba engleză pot acoperi abilitățile de scriere, de la e-mail-uri și rapoarte la documente mai complexe. Vocabular și terminologie specifică: studenții își vor dezvolta și îmbogăți un vocabular bogat și specific domeniului lor de activitate Abilități de ascultare și înțelegere auditivă: studenții vor dezvolta abilități de ascultare pentru a înțelege discursuri, prezentări și interacțiuni profesionale. Competențe culturale: studenții vor avea acces la discuții ce pot include aspecte ale culturii de afaceri și a modului de funcționare a mediului de lucru în țările de limbă engleză.
--

Negociere și prezentare: studenții vor învăța tehnici de negociere și abilități de prezentare în limba engleză. Abilități de interacțiune socială și networking: studenții vor putea dezvolta abilități de interacțiune socială care să îi ajute în situații profesionale, cum ar fi participarea la conferințe, întâlniri și evenimente de networking.
6.2 transversale: Comunicare eficientă: Dezvoltarea abilităților de comunicare scrisă și orală în limba engleză îi va ajuta pe studenți să comunice mai eficient și clar, indiferent de context. Adaptabilitate: Învățarea unei limbi străine implică adesea expunerea la diverse culturi și contexte. Această experiență poate contribui la dezvoltarea unei atitudini mai flexibile și a capacității studenților de a se adapta la situații noi. Gândire critică: Cursurile de limbă engleză pot implica analiza și interpretarea textelor, ceea ce contribuie la dezvoltarea gândirii critice și a abilităților de analiză. Rezolvarea problemelor: Învățarea unei limbi străine poate implica rezolvarea de probleme legate de comunicare și înțelegerea unor concepte noi, dezvoltând astfel abilități de rezolvare a problemelor. Autodisciplină și gestionarea timpului: Participarea la cursuri de limbă necesită adesea disciplină personală și gestionarea eficientă a timpului pentru a studia și a practica. Încredere în sine: Dezvoltarea abilităților în limba engleză poate crește nivelul de încredere în propria capacitate de comunicare și interacțiune într-un mediu în care limba engleză este utilizată. Colaborare și networking: Interacțiunea cu alți studenți și profesori în cadrul unui curs poate stimula abilitățile de colaborare și networking, care sunt utile în multe domenii profesionale. Cunoașterea culturală: Învățarea limbii engleze poate merge mână în mână cu înțelegerea culturii anglofone, ceea ce te poate face mai conștient și mai deschis la diversitatea culturală.
6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general: Studenții din cursurile de limba engleză vor dezvolta și îmbunătăți abilitățile lor de comunicare pentru mediile profesionale internaționale.
7.2 Obiective specifice: Studenții vor învăța abilități de scriere și editare, vocabular și terminologie specifică, abilități de ascultare și înțelegere, competențe culturale, tehnici de negociere și prezentare, precum și abilități de interacțiune socială și networking. Aceste abilități vor fi valoroase pentru diferite aspecte ale vieților lor profesionale viitoare.

8.1 Conținutul orelor de seminar, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	English grammar and vocabulary - Sequence of tenses	prezentare aspecte teoretice+exerciții, fișe de lucru	-	-	4
2	English grammar and vocabulary - Phrasal verbs	prezentare aspecte teoretice+exerciții, fișe de lucru	-	-	4
3	Translation exercises	prezentare aspecte teoretice+exerciții, fișe de lucru	-	-	2
4	Communicative exercises - applied linguistics	simulări conversații, jocuri de rol, activități interactive	-	-	2
5	How to prepare a presentation in English	tehnici de pregătire portofoliu	-	-	2

Bibliografie

Chilărescu M. & C. Paidos. (1996) Proficiency in English. Iasi: Institutul European

Haines, S. et al., Advanced Grammar in Use: Supplementary Exercises with Answers, Cambridge: CUP, 2007;

McCarthy, M. & Felicity O'Dell. (2005) English Collocations in Use. Cambridge: CUP

Murphy, R. ENGLISH GRAMMAR IN USE, Fifth Edition, Cambridge University Press, 2019

Vince, M. Advanced Language Practice, Oxford: Heinemann, 2015

Certificate in Advanced English, for Updated Exam with Answers 1, CUP: 2008;

Certificate in Advanced English, for Updated Exam with Answers 2, CUP: 2008;

Certificate in Advanced English, for Updated Exam with Answers 3, CUP: 2009;

Exam Essentials Practice Tests, Cambridge English Advanced (CAE) 2 with Key, Tom Bradbury & Eunice Yeates, National Geographic Learning, 2015;

Exam Essentials Practice Tests, Cambridge English Advanced (CAE) 1, with Key, Charles Osbourne with Carol Nuttall, National Geographic Learning, 2015.

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

-

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	-	-	0
- în timpul activității practice	participare activă, implicare în efectuarea exercițiilor	monitorizare pe parcurs	25
Evaluare finală			
- examen teoretic final	asimilarea aspectelor teoretice necesare	testare orală și scrisă pentru verificarea cunoștințelor	25
- examen practic final	capacitatea de rezolvare corectă a exercițiilor, pentru o bună exprimare și comunicare în limba modernă	testare orală și scrisă pentru verificarea cunoștințelor	50
Standard minim de performanță:			
-			

11. Orar consultații studenți

Conf dr Han Bianca-Oana	la cerere, dupa ore, 10 minute
-------------------------	--------------------------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Branding			
2.2 Titularul activităților de curs: Lect dr Sigmirean Corneliu-Cezar			
2.3 Titularul activităților practice: -			
2.4 Anul de studii: I	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Obl

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 2	3.2 din care curs: 2	3.3 activități practice: 0
3.4 Total ore din planul de învățământ: 14	3.5 din care curs: 14	3.6 activități practice: 0
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 18		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 8		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 4		
- tutorial: 2		
- examinări: 4		
- alte activități: 0		
3.8 Total ore de studiu individual: 36		
3.9 Total ore pe semestru: 50		
3.10 Număr de credite: 2		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
-
5.2 a activităților practice:
-

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
-
6.2 transversale:
-
6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:
-

7.2 Obiective specifice:

-

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Definirea conceptelor de brand și branding	Prelegere	1 activitate	-	2
2	Poziționarea unui brand	Prelegere	1 activitate	-	2
3	Vectorii de branding	Prelegere	1 activitate	-	2
4	Arhetipurile de brand	Prelegere	1 activitate	-	2
5	Construcția unui logo	Prelegere	1 activitate	-	2
6	Alegerea corectă a fontului, ca element de identitate	Prelegere	1 activitate	-	2
7	Strategia de branding	Prelegere	1 activitate	-	2

Bibliografie

Aaker, David A., Strategia portofoliului de brand - Cum să crezi relevanță, diferențiere, energie, pârghii comerciale și claritate, Editura Brandbuilders, 2006

Olins, Wally - Brand New. Viitorul chip al brandurilor, Editura Comunicare.ro, 2015

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

-

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Prezență activă la cursuri	Dezbateri generate la finalul fiecărui curs	50
- în timpul activității practice	-	-	0
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Testarea cunoștințelor teoretice predate	Test Grilă	50
- examen practic final	-	-	0
Standard minim de performanță:			
-			

11. Orar consultații studenți

Lect dr Sigmirean Corneliu-Cezar	Marți, de la 10-14
----------------------------------	--------------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Producție și editare multimedia			
2.2 Titularul activităților de curs: Lect dr Sigmirean Corneliu-Cezar			
2.3 Titularul activităților practice: Cezar Sigmirean			
2.4 Anul de studii: I	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: E	2.7 Regimul disciplinei: Obl

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 6	3.2 din care curs: 2	3.3 activități practice: 4
3.4 Total ore din planul de învățământ: 42	3.5 din care curs: 14	3.6 activități practice: 28
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 25		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 10		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 10		
- tutorial: 5		
- examinări: 8		
- alte activități: 0		
3.8 Total ore de studiu individual: 58		
3.9 Total ore pe semestru: 100		
3.10 Număr de credite: 4		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
-
5.2 a activităților practice:
-

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
C 4. Realizarea și promovarea unui produs de relații publice
C 4.1. Identificarea conceptelor și metodelor adecvate dezvoltării unui produs de RP.
C4.2 Explicarea și interpretarea unui eveniment de RP din perspectiva planificării lui strategice.
C 4.3 Utilizarea unor cadre metodologice adecvate realizării unui produs de RP.
C 4.4. Validarea programelor și produselor de RP prin tehnici de evaluare specifice.
C 4.5. Elaborarea documentației pentru prezentarea unui produs RP.
Prezentarea unui produs realizat în cadrul practicii profesionale.

6.2 transversale:
CT1 Rezolvarea în mod realist – cu argumentare atât teoretică, cât și practică – a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora.
CT2 Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice.
6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:
Dobândirea unor cunoștințe de specialitate privind specificul/ structura limbajului jurnalistic
7.2 Obiective specifice:
Obiectivul specific de a stabili asemănări/ deosebiri între genurile jurnalistice și limbaj
Analiză critică/ problematizarea textului publicistic din perspectiva corelației dintre limbă și diversele tehnici de comunicare.

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Principiile redactării de materiale pentru relațiile publice	Prelegere	1 activitate	-	2
2	Conținutul: simplificarea lucrurilor complicate	Prelegere	1 activitate	-	2
3	Comunicarea scrisă: redactarea unui CV, a unei scrisori de intenție, conceperea și realizarea cărților de vizită.	Prelegere	1 activitate	-	2
4	Tehnologie mediatică: titlul de presă (funcții, clasificare, tipologia titlurilor de presă); intro-ul articolului de presă; prima pagină; constantele ziarelor; ilustrațiile; tipuri de fotografii. Strategii lingvistice și conceptuale	Prelegere	1 activitate	-	2
5	Metode și tehnici de exprimare în genurile publicistice (relatarea, comentariul, editorialul, articolul, reportajul, foiletonul, pamfletul, recenzia)	Prelegere	1 activitate	-	2
6	Tehnici și strategii în genurile jurnalistice de interferență	Prelegere	1 activitate	-	2
7	Tehnici și strategii în „media” de opinie (cronica- clasificare; abordare contrastivă: cronică jurnalistică; cronică radio; cronică de televiziune).	Prelegere	1 activitate	-	2

Bibliografie

Bibliografie:

Albert Pierre, La presse, Presses Universitaires de France, 1992.
 Alterescu Simion, Actorul și vârstele teatrului românesc, Editura Meridiane, București, 1983.
 Antip Constantin, Istoria presei, București, 1973.
 Aronson, Merry, Ghidul redactării în relații publice. Era digitală, Anesta Publishing, 2008
 Bratianu Traian, Recurs la politica, Editura Muntenia&Leda, 20007.
 Coman Mihai, Introducere în sistemul mass-media, Editura Polirom, 1992.
 Coman Mihai, Manual de jurnalism, Editura Polirom, 2001.
 Cuilenburg J.J. Van, O. Scholten, G.W. Noomen, Știința comunicării, Editura Humanitas, București, 1998.
 Dayan Armand, La Publicite, PUF, 1992.
 Dragan Ioan, Paradigme ale comunicării de masă, Editura Sansa, 1996.
 Dragoș Elena, Introducere în pragmatică, Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca, 2000.
 Ferreol Gilles, Flageul Noël, Metode și tehnici de exprimare scrisă și orală, Editura Polirom, Iași, 1998.
 Fiske John, Introducere în științele comunicării, Editura Polirom, Iași, 2003.
 Jakobson Roman, Essais de linguistique générale, Editions de Minuit, Paris, 1963, trad. fr. N. Ruwet.
 Keeble, Richard, Presa scrisă. O introducere critică, Iași, Polirom, 2009
 Manoliu Manea Maria, Structuralismul lingvistic, Editura Didactică și Pedagogică, București, 1973.
 Popescu, Cristian-Florin, Manual de jurnalism. Genurile redacționale, Tritonic, 2005
 Preda, Sorin, Tehnici de redactare în presa scrisă, Iași, Polirom, 2006
 Vasiliu Emanuel, Elemente de filozofie a limbajului, Editura Academiei Române, București.
 *** – Student Handbook, Photojournalism Division, Journalism Department, Defense Information School, Fort Meade, Maryland, 1995

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Tehnica pro și contra	Studiu de caz	2 activități	-	4
2	Genurile titlurilor	Studiu de caz	2 activități	-	4

3	Interviul	Studiu de caz	2 activități	-	4
4	Tehnici de realizare a foiletonului (cu aplicație pe presa social- politică)	Studiu de caz	2 activități	-	4
5	Tehnici de realizare a comentariului	Studiu de caz	2 activități	-	4
6	Metode și tehnici de exprimare: editorialul	Studiu de caz	2 activități	-	4
7	Ipostaze ale „naratorului” în genurile publicistice	Studiu de caz	2 activități	-	4

Bibliografie

Bibliografie:

Albert Pierre, La presse, Presses Universitaires de France, 19912. Antip Constantin, Istoria presei, Bucuresti, 1973.
 Bălănescu, Olga, Redactare de texte. Cum să scriem corect, Ariadna 198, 2007
 Bratianu Traian, Recurs la politica, Editura Muntenia&Leda,20007.
 Coman, Cristina – Relatiile publice si mass-media, editia a doua revazuta si adaugita, Polirom, Iasi, 2000
 Coman Mihai, Introducere în sistemul mass-media, Editura Polirom, 1992.
 Coman Mihai, Manual de jurnalism, Editura Polirom, 2001.
 Cuilenburg J.J.Van, O. Scholten, G.W.Noomen, Știința comunicării, Editura Humanitas, Bucuresti, 1998.
 Dayan Armand, La Publicite, PUF, 1992.
 Dragan Ioan, Paradigme ale comunicării de masa, Editura Sansa, 1996.
 Dragoș Elena, Introducere în pragmatică, Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca, 2000.
 Ferreol Gilles, Flageul Noël, Metode și tehnici de exprimare scrisă și orală, Editura Polirom, Iasi, 1998.
 Fiske John, Introducere în științele comunicării, EdituraPolirom, Iasi, 2003.
 Ministerul Aparării Naționale, Direcția Relații Publice – Relațiile cu presa: Ghid pentru specialiștii de relații publice, Editura Militară, Bucuresti, 2000
 Ministerul Aparării Naționale, Direcția Relații Publice – Relațiile cu comunitatea locală: Ghid pentru specialiștii de relații publice, Editura Militară, Bucuresti, 1998
 Manoliu Manea Maria, Structuralismul lingvistic, Editura Didactică și Pedagogică, București, 1973.
 Newsom, Dong, Redactarea materialelor de relații publice, Iași, Polirom, 2004
 Vasiliu Emanuel, Elemente de filozofie a limbajului, Editura Academiei Române, București.

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

-

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Cunoștințe teoretice și aplicative/teme	Verificare pe parcurs	20
- în timpul activității practice	Analize lingvistice - dificultăți și confuzii	Referat/Test/Portofoliu /Prezentare	30
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Cunoștințe teoretice și aplicative/semestru	Examen scris	50
- examen practic final	-	-	0
Standard minim de performanță: 75% frecvență la seminarii și CP/laborator			

11. Orar consultații studenți

Lect dr Sigmirean Corneliu-Cezar	Marti, de la 10-14
----------------------------------	--------------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Educație fizică (2)			
2.2 Titularul activităților de curs: -			
2.3 Titularul activităților practice: Lect dr Ungur Natalia-Ramona			
2.4 Anul de studii: I	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: A/R	2.7 Regimul disciplinei: Obl

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 2	3.2 din care curs: 2	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 14	3.5 din care curs: 0	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe:		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren:		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri:		
- tutorial:		
- examinări:		
- alte activități:		
3.8 Total ore de studiu individual: 0		
3.9 Total ore pe semestru: 14		
3.10 Număr de credite: 2		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum: NU ESTE CAZUL
4.2 de competențe: NU ESTE CAZUL

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: -
5.2 a activităților practice: Explicitate în Regulamentul didactic al studenților din UMFST cu extinderi și particularizări în Regulamentul didactic al studenților din cadrul disciplinei - baza materială proprie UMFST sau online

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: Valorificarea informațiilor, metodelor și mijloacelor specifice educației fizice și sportului în vederea optimizării stării de sănătate și a dezvoltării fizice armonioase. - Formarea capacității de transmitere, selectare, exersare și predare a unor cunoștințe referitoare la întocmirea unor sisteme de acționare (grupe de exerciții) pentru dezvoltarea deprinderilor motrice de bază, utilitare și sportive. - Formarea capacității de exersare și predare a unor deprinderi motrice de bază, utilitare și sportive. ⇨ - Aplicarea sistemului de reguli specifice organizării și practicării activităților de educație fizică și sport și adoptarea unui comportament activităților de educație fizică și sport și adoptarea unui comportament adecvat în
--

cadrul relațiilor interpersonale și de grup.
Valorificarea limbajului corporal pentru exprimarea și înțelegerea ideilor, a stărilor afective și a esteticului în general și în special a esteticului corporal.

6.2 transversale:

- Utilizarea mijloacelor electronice pentru selectarea informațiilor și documentarea privind elementelor definitorii ale dezvoltării fizice și activităților motrice.
- Lucru în echipă și organizarea unei activități sportive pe nivele de pregătire prin îndeplinirea rolului și atribuțiilor în cadrul echipei.
- Respectare normelor de etică și deontologie profesională. ⇨

Abilități de comunicare orală și motrică prin folosirea terminologiei specifice și a mișcărilor.

6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:

- Dezvoltarea calităților motrice și extinderea fondului de deprinderi motrice de bază și sportive prin cuprinderea tuturor studenților în practicarea sistematică și organizată a exercițiilor fizice și a sporturilor preferate.

7.2 Obiective specifice:

- Îmbunătățirea continuă a stării de sănătate, a vigoriei fizice, psihice, precum și a dezvoltării corporale armonioase. ⇨
- Dezvoltarea capacității motrice generale și îmbunătățirea condiției fizice.
- Formarea deprinderilor sportive necesare în practicarea unor ramuri de sport.
- Formarea capacității de practicare independent a exercițiilor fizice.
- Participarea la competițiile interstudențești locale și naționale

8.1 Conținutul orelor de seminar, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	1.Lecție cu caracter organizatoric, cunoașterea colectivului, prezentarea cerințelor, repartizarea studenților pe grupe în funcție de opțiunile pe ramuri de sport	⇨ expunere, conversație	Nu e cazul	Nu e cazul	2
2	2.a)Fitness - dezvoltarea fortei segmentare. b) Volei - repetarea poziției fundamentale, a deplasărilor, pasei înainte de sus.	explicatii, demonstratii, exersare	Nu e cazul	Nu e cazul	2
3	3.a)Natatie - invatarea elementelor procedeelor de inot. b) Baschet - repetarea, perfecționarea ținerii, prinderii pasării mingii a opririlor.	explicatii, demonstratii, exersare	Nu e cazul	Nu e cazul	2
4	4. a).Baschet - consolidarea elementelor tehnice specific, b) Tenis de masa si de camp – initiere	explicatii, demonstratii, exersare	Nu e cazul	Nu e cazul	2
5	5. Badminton - consolidarea tehnicii de executie a procedeelor tehnice specifice	explicatii, demonstratii, exersare	Nu e cazul	Nu e cazul	2
6	6. Testare ; 2 teste motrice ce vizează calitățile motrice, la alegere / realizarea unui referat cu o temă propusă de cadrul didactic	exersare/referat	Nu e cazul	Nu e cazul	2
7	7.Natatie ⇨ învățarea procedeelor tehnice specifice	explicatii, demonstratii, exersare	Nu e cazul	Nu e cazul	2

Bibliografie

1. Badau Dana, Badau Adela, Grancea Marius – „Fitness. Postură și mișcare”, Ed. Universității „Transilvania” din Brașov, ISBN: 978-606-19-0964-3, 2018, nr. pag: 160,
2. Bădău Adela, Ungur Natalia Ramona, Bădău Dana – „Activitățile fizice acvatice indoor”, Ed. Universității „Transilvania” din Brașov ISBN: 978-973-169-465-8, 2016, nr. pag: 133,.
3. 2 Carstea G. ⇨ Teoria si metodica educatiei fizice, Ed. An⇨Da, Bucuresti, 2000
4. Hantiu I. ⇨ Teoria educatiei fizice si sportului, note de curs, Univ. Oradea, 2012
5. Macovei S. ⇨ Stretching, Ed AFIS, Bucuresti, 2012
6. Neagu N ⇨ Teoria si practica activitati motrice umane, Ed. University Press, Tg. Mures, 2010
7. Ungur N. R., Badau A., ⇨ Tehnologii inovative in volei, Ed University Press, tirgu Mures, 2015.
8. Badau Dana ⇨ Metodica disciplinelor sportive handbal, Ed. Universitatii Transilvania , Brasov, 2010
9. Laura – Edit Ciulea - Fitness și gimnastică aerobică, Editura RISOPRINT, Cluj Napoca, 2020
10. Vincent “Ben” Bocchicchio , Charles Barkley - 15 Minutes to Fitness: Dr. Ben's Smart Plan for Diet and Total Healt, Kindle Edition, 2017

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității, asociațiilor

profesionale și angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

- Dezvoltarea capacității de transmitere a unei opțiuni pentru o viață sănătoasă și echilibrată, prin adoptarea unui regim de activitate care să îmbine armonios efortul fizic cu cel intelectual, solicitarea cu refacerea, timpul ocupat cu timpul liber
- Disponibilitate pentru practicarea independentă a exercițiilor fizice
- Interes constant pentru fenomenul sportiv
- Valorificarea teoriilor, metodologiilor și practicilor asimilate în rezolvarea unor situații teoretice practice educaționale prin abordări interdisciplinare
- Utilizarea unui limbaj de specialitate în comunicare cu medii profesionale diferite, cu specialiștii domeniului și din domeniile conexe
- Aplicarea teoriilor și practicilor asimilate în conceperea și elaborarea de proiecte educaționale și de cercetare specifice educației fizice și sportului și interdisciplinare

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	-	-	0
- în timpul activității practice	Probe de control/referat numai pentru studenții scutiți.	Parcurgerea probelor de control. Întocmirea unui referat numai pentru studenții scutiți.	50
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Nu este cazul	Nu este cazul	0
- examen practic final	-Frecvența la lecții. Probe de control	- Totalizarea numărului de min. 5 prezențe/ semestrul -Parcurgerea tuturor probelor de control la finalul semestrului. -Întocmirea unui referat numai pentru studenții scutiți pentru fiecare semestrul.	50
Standard minim de performanță: 1.Evaluarea practică care constă în:2 teste motrice. Teste motrice vizând nivelul de dezvoltare al calităților motrice, se aleg dintre: săritura în lungime de pe loc, săritura pe verticală, forța musculaturii abdominale (abdomene), forța musculaturii spatelui (extensi) și alergare de viteză pe 30 m contra cronometru. 2. Pentru elevi scutiți va consta în realizarea unui referat cu tema stabilită de cadrul didactic titular, din domeniul educației fizice și sportului (aceștia nu susțin probele de control).			

11. Orar consultații studenți

Lect dr Ungur Natalia-Ramona	Marti 18-20-Ip
------------------------------	----------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Practică de specialitate (1)			
2.2 Titularul activităților de curs: -			
2.3 Titularul activităților practice: Lect dr Cistelean Alexandru			
2.4 Anul de studii: I	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Obl

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 4	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 4
3.4 Total ore din planul de învățământ: 56	3.5 din care curs: 0	3.6 activități practice: 56
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 14		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 56		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 24		
- tutorial: 0		
- examinări: 0		
- alte activități: 0		
3.8 Total ore de studiu individual: 94		
3.9 Total ore pe semestru: 150		
3.10 Număr de credite: 6		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
-
5.2 a activităților practice:
Dotări logistice specifice comunicării și relațiilor publice, la nivelul organizațiilor în care care studenții desfășoară stagiul de pregătire practică.

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
CP1. Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării;
CP 2. Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC);
CP 3. Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în procesul de relații publice;
CP 4. Realizarea și promovarea unui produs de relații publice;
CP 4.1. Identificarea conceptelor și metodelor adecvate dezvoltării unui produs de RP.
CP 4.2 Explicarea și interpretarea unui eveniment de RP din perspectiva planificării lui strategice.
CP 4.3 Utilizarea unor cadre metodologice adecvate realizării unui produs de RP.
CP 4.4. Validarea programelor și produselor de RP prin tehnici de evaluare specifice.

CP 4.5. Elaborarea documentației pentru prezentarea unui produs RP.
CP 5. Asistență de specialitate în gestionarea comunicării de criză și/sau în medierea conflictelor de comunicare.
6.2 transversale:
CT1. Rezolvarea în mod realist, cu argumentare atât teoretică, cât și practică, a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora;
CT2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice;
CT3. Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii.
6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:
- capacitatea de analiză și sinteză;
- capacitatea de a empatiza cu mediul social;
- abilitatea de a percepe corect și de a exploata eficient tendințele sociale, politice și economice de imagine și conținut;
- capacitatea de asimilare critică, prelucrare, coroborare și exploatare a informației teoretice;
- stăpânirea resurselor limbajului verbal, paraverbal și nonverbal în comunicare.
7.2 Obiective specifice:
- elaborarea și gestionarea de campanii de relații publice;
- elaborarea și gestionarea de strategii publicitare;
- aplicarea metodelor și tehnicilor de cercetare sociologică în domeniul relațiilor publice și al publicității;
- implementarea și dezvoltarea sistemelor de comunicare organizațională în plan intern și extern;
- dezvoltarea abilităților de mediator pentru managementul crizelor și conflictelor;
- dezvoltarea capacităților de comunicare interpersonală, inter-instituțională, interculturală și internațională.

8.1 Conținutul orelor de practică, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Practica se va desfășura la nivelul unor instituții publice sau private cu care U.M.F.S.T. „George Emil Palade” a încheiat o Convenție - cadru privind efectuarea stagiului de practică în cadrul programelor de studii universitare de licență	Prezentare, exemplificare, utilizare și exerciții privind comunicarea și relațiile publice la nivelul organizațiilor. Exersarea și aplicarea unor activități practice de relaționare și PR. Instrucțiuni privitoare la munca și activitățile redacționale specifice, pentru comunicarea online, presa scrisă, social media, radio și televiziune. Instruire în domeniul managementului și marketingului comunicării în relațiile publice, precum și al campaniilor de relații publice.	(1) În timpul derulării stagiului de practică, tutorele împreună cu cadrul didactic supervisor vor evalua practicantul în permanență, pe baza unei fișe de observație/evaluare. Vor fi evaluate atât nivelul de dobândire a competențelor profesionale, cât și comportamentul și modalitatea de integrare a practicantului în activitatea partenerului de practică (disciplină, punctualitate, responsabilitate în rezolvarea sarcinilor, respectarea regulamentului de ordine interioară al întreprinderii/instituției publice etc). (2) La finalul stagiului de practică, tutorele elaborează un raport, pe baza evaluării nivelului de dobândire a competențelor de către practicant. Rezultatul acestei evaluări va sta la baza notării practicantului de către cadrul didactic supervisor. (3) Periodic și după încheierea stagiului de practică, practicantul va prezenta un caiet de practică care va cuprinde: • denumirea modulului de pregătire; • competențe exersate; • activități desfășurate pe perioada stagiului de practică; • observații personale privitoare la activitatea depusă. (4) Caietul de practică va fi însoțit de portofoliul de practică (prezentat în anexă la convenția cadru).	-	56

Bibliografie

Altsiel, T., Grow, J.M., Jennings, M., „Advertising Creative: Strategy, Copy, and Design”, Editura Sage Publications, 2019

Sumpter, D., „Outnumbered: From Facebook and Google to Fake News and Filter bubbles the algorithms that control our lives”, Bloomsbury Publishing, 2018

Bălășescu Mădălina - Producția de televiziune-strategii, principii, tehnici, București, Tritonic, 2015
Drulă, G. - Media interactivă. Aspecte de design și producție pentru Web., Ed C.H. Beck, 2014
Cmeciu, Camelia, Tendințe actuale în campaniile de relații publice, Polirom, Iași, 2013
Bardan
David, George, Dan, Mircea, „Partea plină a paharului: O introducere în tehnicile și campaniile de relații publice”, Editura Lumen, Iași, 2015
Christakis N.A., Fowler, J.H, Connected. Puterea surprinzătoare a rețelelor sociale și felul în care ne modelează viața, Editura Publica, București, 2015

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

Practica de specialitate se realizează pe baza contractelor și a protocoalelor de colaborare cu instituții și redacții ale mass-media, diverse unități administrativ teritoriale (primării, consilii județene), edituri, tipografii, instituții din cadrul serviciilor deconcentrate ale ministerelor și serviciilor publice, în care studenții desfășoară stagii de pregătire specifice.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	-	-	0
- în timpul activității practice	Întocmirea și prezentarea unui referat/ eseu/ proiect din tematica disciplinei. Abilitatea științifică de documentare, a studiilor de caz abordate, noutatea temei.	Evaluare formativă - punctaj obținut prin evaluarea referatului/proiectului /instrumentului de cercetare, parcurgerea bibliografiei și susținerea orală a subiectelor redacționale; punctaj pe baza unei medii a prezențelor, a participării la dezbateri, a susținerii referatului/proiectului în seminar, stabilit de comun acord.	20
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Comensurarea rezultatelor din activitățile desfășurate în parteneriat cu organizațiile partenere pentru stagiul de practică (Studioul TVR Tg. Mureș, Studioul Regional de Radio Tg. Mureș Biblioteca Județeană Mureș, Editura „Ardealul”, Revista Vatra ș.a.). Evaluarea studierii bibliografiei recomandate, a caietului de practică, a materialelor scrise, tehnoredactare, multimedia, audio-video simulate/prezentate în cadrul practicii de specialitate.	Conlucrarea cu referenții stabiliți la nivelul instituțiilor contractual partenerere.	30
- examen practic final	Agenda la zi a activității practice. Capacitatea de a îndeplini sarcinile stabilite de referenți, fișe de (auto)evaluare și inter-evaluare completate, Atestatul de practică completat, semnat și stampilat.	Evaluare baza criteriilor impuse în anexele la contractul de practică de specialitate.	50

Standard minim de performanță:

Respectarea obligațiilor stipulate prin contractul de practică și anexele aferente. Prezența la cel puțin 70% dintre orele alocate pentru activitatea practică și la instructaje, îndeplinirea sarcinilor stabilite de referenți și demonstrarea capacității de a realiza obiectivele exersate în cadrul practicii de specialitate.

11. Orar consultații studenți

Lect dr Cistelecan Alexandru	Marti, 12-14
------------------------------	--------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Limba modernă - engleză (2)			
2.2 Titularul activităților de curs: -			
2.3 Titularul activităților practice: Conf dr Han Bianca-Oana			
2.4 Anul de studii: I	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Opt

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 2	3.2 din care curs: 2	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 14	3.5 din care curs: 0	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 10		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 8		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 10		
- tutorial: 4		
- examinări: 4		
- alte activități: 0		
3.8 Total ore de studiu individual: 36		
3.9 Total ore pe semestru: 50		
3.10 Număr de credite: 2		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum: Limba modernă - engleză (1)
4.2 de competențe: competențe lingvistice de cel puțin B1

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: -
5.2 a activităților practice: videoproiector, acces la internet

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: Comunicare eficientă: Studenții își vor dezvolta și completa abilitățile de comunicare în limba engleză, ceea ce este esențial în multe medii profesionale internaționale. Scriș și redactare: Cursurile de limba engleză pot acoperi abilitățile de scriere, de la e-mail-uri și rapoarte la documente mai complexe. Vocabular și terminologie specifică: studenții își vor dezvolta și îmbogăți un vocabular bogat și specific domeniului lor de activitate Abilități de ascultare și înțelegere auditivă: studenții vor dezvolta abilități de ascultare pentru a înțelege discursuri, prezentări și interacțiuni profesionale. Competențe culturale: studenții vor avea acces la discuții ce pot include aspecte ale culturii de afaceri și a modului de funcționare a mediului de lucru în țările de limbă engleză.
--

Negociere și prezentare: studenții vor învăța tehnici de negociere și abilități de prezentare în limba engleză. Abilități de interacțiune socială și networking: studenții vor putea dezvolta abilități de interacțiune socială care să îi ajute în situații profesionale, cum ar fi participarea la conferințe, întâlniri și evenimente de networking.
6.2 transversale: Comunicare eficientă: Dezvoltarea abilităților de comunicare scrisă și orală în limba engleză îi va ajuta pe studenți să comunice mai eficient și clar, indiferent de context. Adaptabilitate: Învățarea unei limbi străine implică adesea expunerea la diverse culturi și contexte. Această experiență poate contribui la dezvoltarea unei atitudini mai flexibile și a capacității studenților de a se adapta la situații noi. Gândire critică: Cursurile de limbă engleză pot implica analiza și interpretarea textelor, ceea ce contribuie la dezvoltarea gândirii critice și a abilităților de analiză. Rezolvarea problemelor: Învățarea unei limbi străine poate implica rezolvarea de probleme legate de comunicare și înțelegerea unor concepte noi, dezvoltând astfel abilități de rezolvare a problemelor. Autodisciplină și gestionarea timpului: Participarea la cursuri de limbă necesită adesea disciplină personală și gestionarea eficientă a timpului pentru a studia și a practica. Încredere în sine: Dezvoltarea abilităților în limba engleză poate crește nivelul de încredere în propria capacitate de comunicare și interacțiune într-un mediu în care limba engleză este utilizată. Colaborare și networking: Interacțiunea cu alți studenți și profesori în cadrul unui curs poate stimula abilitățile de colaborare și networking, care sunt utile în multe domenii profesionale. Cunoașterea culturală: Învățarea limbii engleze poate merge mână în mână cu înțelegerea culturii anglofone, ceea ce te poate face mai conștient și mai deschis la diversitatea culturală.
6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general: Studenții din cursurile de limba engleză vor dezvolta și îmbunătăți abilitățile lor de comunicare pentru mediile profesionale internaționale.
7.2 Obiective specifice: Studenții vor învăța abilități de scriere și editare, vocabular și terminologie specifică, abilități de ascultare și înțelegere, competențe culturale, tehnici de negociere și prezentare, precum și abilități de interacțiune socială și networking. Aceste abilități vor fi valoroase pentru diferite aspecte ale vieților lor profesionale viitoare.

8.1 Conținutul orelor de seminar, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Communicative language in action	jocuri de rol, activități interactive	-	-	4
2	Presentation of portfolio in English	prezentare de portofolii, discuții, analize	-	-	6
3	PowerPoint presentations in English	prezentare de powerpoint, discuții, analize	-	-	4

Bibliografie

Chilărescu M. & C. Paidos. (1996) Proficiency in English. Iasi: Institutul European

Haines, S. et al., Advanced Grammar in Use: Supplementary Exercises with Answers, Cambridge: CUP, 2007;

McCarthy, M. & Felicity O'Dell. (2005) English Collocations in Use. Cambridge: CUP

Murphy, R. ENGLISH GRAMMAR IN USE, Fifth Edition, Cambridge University Press, 2019

Vince, M. Advanced Language Practice, Oxford: Heinemann, 2015

Certificate in Advanced English, for Updated Exam with Answers 1, CUP: 2008;

Certificate in Advanced English, for Updated Exam with Answers 2, CUP: 2008;

Certificate in Advanced English, for Updated Exam with Answers 3, CUP: 2009;

Exam Essentials Practice Tests, Cambridge English Advanced (CAE) 2 with Key, Tom Bradbury & Eunice Yeates, National Geographic Learning, 2015;

Exam Essentials Practice Tests, Cambridge English Advanced (CAE) 1, with Key, Charles Osbourne with Carol Nuttall, National Geographic Learning, 2015.

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

-

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
----------------	----------------------	--------------------	-------------------------

Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	-	-	0
- în timpul activității practice	participare activă, implicare în efectuarea exercițiilor	monitorizare pe parcurs	25
Evaluare finală			
- examen teoretic final	asimilarea aspectelor teoretice necesare	testare orală pentru verificarea cunoștințelor	25
- examen practic final	capacitatea de prezentare corectă, coerentă, fluentă a portofoliilor în limba modernă	testare orală pentru verificarea cunoștințelor	50
Standard minim de performanță:			
-			

11. Orar consultații studenți

Conf dr Han Bianca-Oana	la cerere, după ore, 10 minute
-------------------------	--------------------------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Limba modernă - franceză (2)			
2.2 Titularul activităților de curs: -			
2.3 Titularul activităților practice:			
2.4 Anul de studii: I	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Opt

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 2	3.2 din care curs: 2	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 14	3.5 din care curs: 0	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe:		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren:		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri:		
- tutorial:		
- examinări:		
- alte activități:		
3.8 Total ore de studiu individual: 36		
3.9 Total ore pe semestru: 50		
3.10 Număr de credite: 2		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
4.2 de competențe:

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
5.2 a activităților practice:

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
6.2 transversale:
6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:
7.2 Obiective specifice:

8.1 Conținutul orelor de seminar, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
Bibliografie					

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

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs			0
- în timpul activității practice			0
Evaluare finală			
- examen teoretic final			0
- examen practic final			0
Standard minim de performanță:			

11. Orar consultații studenți

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Limba modernă - germană (2)			
2.2 Titularul activităților de curs: -			
2.3 Titularul activităților practice:			
2.4 Anul de studii: I	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Opt

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 2	3.2 din care curs: 2	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 14	3.5 din care curs: 0	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe:		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren:		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri:		
- tutorial:		
- examinări:		
- alte activități:		
3.8 Total ore de studiu individual: 36		
3.9 Total ore pe semestru: 50		
3.10 Număr de credite: 2		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
-
5.2 a activităților practice:
Sală de seminar dotată cu echipament audio-video.

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
Participarea în contexte (de comunicare) profesionale și culturale care solicită abilități de comunicare și utilizarea unor cunoștințe (generale și semispecializate) în comunicarea în limba germană în domeniile de aplicație ale specializării;
Aplicarea adecvată a tehnicilor de comunicare orală și scrisă în domenii de larg interes și semispecializat;
6.2 transversale:
Gestionarea optimă a sarcinilor profesionale și deprinderea executării lor la termen, în mod riguros, eficient și responsabil;
Respectarea normelor de etică specifice domeniului;
Aplicarea tehnicilor de relaționare în grup și dezvoltarea capacităților empatice de comunicare interpersonală și de asumare de roluri specifice în cadrul muncii în echipă având drept scop eficientizarea activității grupului și

economisirea resurselor, inclusiv a celor umane.

6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:

Exersarea competențelor de comunicare în limba germană, necesare în practica profesională din domeniul administrației publice.

7.2 Obiective specifice:

A. Obiective cognitive

1. Utilizarea principalelor metode de transmitere și receptare a informației în limba germană;

B. Obiective procedurale

1. Aplicarea și interpretarea corectă a metodelor de traducere în concordanță cu trăsăturile specific ale contextului profesional;

2. Adaptarea metodelor la tipul situație și segmentul de receptori.

3. Delimitarea și aplicarea modalităților de lucru pentru realizarea unei comunicări în limba germană.

C. Obiective atitudinale

1. Conștientizarea responsabilității față de actul de comunicare în limba germană;

2. Implicarea proactivă în respectarea substanței termenilor din limba sursă în limba țintă în momentul traducerii textelor tehnice;

3. Dezvoltarea unor atitudini realiste și optimiste privind rolul educației în dezvoltarea societății.

8.1 Conținutul orelor de seminar, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Exerciții aplicative: Articolul hotărât, articolul nehotărât și articolul zero. Anwendungsübungen: Der bestimmte Artikel, der unbestimmte Artikel und der Nullartikel.	exerciții, problematizare, explicații, activități individuale și de grup	-	-	2
2	Exerciții de formare a substantivelor și de utilizare a acestora în propoziții. Übungen zur Bildung von Substantiven und deren Verwendung in Sätzen.	exerciții, problematizare, explicații, activități individuale și de grup	-	-	2
3	Utilizarea corectă a adjectivului și adverbului în diferite contexte. Die korrekte Verwendung von Adjektiven und Adverben in verschiedenen Kontexten.	exerciții, problematizare, explicații, activități individuale și de grup	-	-	2
4	Utilizarea corectă a prepozițiilor în diferite contexte. Korrekte Verwendung von Präpositionen in verschiedenen Kontexten.	exerciții, problematizare, explicații, activități individuale și de grup	-	-	2
5	Exerciții aplicative: conjuncția. Anwendungsübungen: die Konjunktion.	exerciții, problematizare, explicații, activități individuale și de grup	-	-	2
6	6. Exerciții aplicative: particulele. Anwendungsübungen: die Partikeln.	exerciții, problematizare, explicații, activități individuale și de grup	-	-	2
7	Exerciții de utilizare a limbii germane în situații de comunicare scrisă și orală. Übungen zum Umgang mit der deutschen Sprache in schriftlichen und mündlichen Kommunikationssituationen.	exerciții, problematizare, explicații, activități individuale și de grup	-	-	2

Bibliografie

Balaș, O., Limba germană, Polirom, 2018, ISBN: 978-973-46-7621-7

Krenn, W., Puchta, H., Motive, Kursbuch, Hueber, 2016, ISBN: 978-3-19-031878-0

Krenn, W., Puchta, H., Motive, Arbeitsbuch, Hueber, 2016

Höldrich, B., Deutsch-Lesen und Schreiben, Hueber, 2013, ISBN: 978-3-19-457493-9

Myrthe, J., Grundkurs Deutsch, 2014, Expresion

Swerlowa, O., Grammatik im Gespräch, Langenscheidt, 2008, ISBN: 978-3-468-49497-0

Koithan, U., Schmitz, H., Sieber, T., Sonntag, R., Aspekte Mittelstufe Deutsch, Arbeitsbuch 1, Langenscheidt, 2007, ISBN: 9783468474729

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

Competențele procedurale și atitudinale ce vor fi achiziționate la nivelul disciplinei – vor satisface așteptările reprezentanților asociațiilor profesionale și angajatorilor din țară și din străinătate.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	-	-	0
- în timpul activității practice	Activitatea în cadrul seminarului, răspunsuri la întrebări, cunoașterea terminologiei, efectuarea temelor de casă.	verificare pe parcurs	25
Evaluare finală			
- examen teoretic final	-	-	0
- examen practic final	Cunoștințe teoretice și aplicative	test scris	75
Standard minim de performanță: Studentul va fi capabil să citească și să traducă un text tehnic de dificultate scăzută, să formuleze răspunsuri la întrebări simple pe temele studiate și să cunoască vocabularul tematic studiat.			

11. Orar consultații studenți

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Limba modernă - italiană (2)			
2.2 Titularul activităților de curs: -			
2.3 Titularul activităților practice:			
2.4 Anul de studii: I	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Opt

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 2	3.2 din care curs: 2	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 14	3.5 din care curs: 0	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe:		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren:		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri:		
- tutorial:		
- examinări:		
- alte activități:		
3.8 Total ore de studiu individual: 36		
3.9 Total ore pe semestru: 50		
3.10 Număr de credite: 2		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
-
5.2 a activităților practice:
Sală de laborator multimedia, sistem de amplificare audio, fotocopii, materiale pe suport electronic, proiector, xerox

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
C1 1 Cunoașterea și înțelegerea contextelor și rolurilor socioculturale, a convențiilor de comunicare orală și scrisă în limba străină în termeni de receptare (citit/ascultat), producere (scris/oral) și strategii lingvistice.
C1 2 Cunoașterea și înțelegerea contextelor și rolurilor, precum și a conceptelor, metodelor și a discursului/limbajului specific diverselor situații de comunicare profesională în mediul academic de limba străină, cu accent pe situația retorică, formele de comunicare scrisă și orală, etapele procesului de scriere, produsele scrisului academic din aria științelor sociale/exacte/umaniste, deontologia profesională și recunoașterea situațiilor de plagiat.
C2 1 Interpretarea relației dintre mesajul oral sau scris și contextul său, identificarea tehnicilor argumentative și de construcție a mesajului de tip științific în limba străină, cu precădere în situații de comunicare academică și

profesională.

C3 Comunicarea orală și scrisă, în limba programului de studii și într-o limbă de circulație internațională, a unor mesaje structurate referitoare la o problemă dată din specialitate

6.2 transversale:

CT1 Realizarea sarcinilor de lucru individuale pe baza modelelor de scriere și cu asistența profesorului, concretizate într-un portofoliu individual. Utilizarea componentelor domeniului studiului academic în limba străină în deplină concordanță cu etica profesională

CT2 Participarea la realizarea de proiecte de lucru în perechi și în echipă, cu accent pe familiarizarea cu rolurile în cadrul echipei

6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:

Studentii vor putea utiliza competent limba italiană, cel puțin la nivelul B2, în activitatea lor academică și în viitoarea activitate profesională.

7.2 Obiective specifice:

1. Cunoașterea și înțelegerea aprofundată a contextelor și rolurilor, precum și a conceptelor, metodelor și a discursului/limbajului specific diverselor situații de comunicare profesională în mediul academic de limba italiană, cu accent pe situația retorică, formele de comunicare scrisă și orală, etapele procesului de scriere și produsele scrisului academic, precum și pe deontologia profesională.
2. Utilizarea cunoștințelor aprofundate pentru explicarea și interpretarea diverselor modalități de comunicare scrisă (genuri de texte științifice) și orală (comunicări științifice) și a convențiilor ce guvernează redactarea textelor științifice în limba italiană în contextul studiilor de licență și al comunității profesionale extinse (naționale și internaționale).
3. Transferul conceptelor/principiilor/metodelor învățate în activități de receptare a textului scris și de producere vizând etapele procesului de scriere, organizarea și dezvoltarea ideilor, structura textului și strategiile de comunicare verbală orală și scrisă la standarde specifice limbii italiene specializate pentru discursul științific.

8.1 Conținutul orelor de seminar, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Expunere, exerciții de citire – înțelegere, ascultare - înțelegere, exprimare orală.	Conversatia	-	-	2
2	Expunere, exerciții de citire – înțelegere, ascultare - înțelegere, exprimare orală.	Conversatia	-	-	2
3	Expunere, exerciții de citire – înțelegere, ascultare - înțelegere, exprimare orală.	Conversatia	-	-	2
4	Expunere, exerciții de citire – înțelegere, ascultare - înțelegere, exprimare orală.	Conversatia, problematizarea	-	-	2
5	Expunere, exerciții de citire – înțelegere, ascultare - înțelegere, exprimare orală.	Conversatia, problematizarea	-	-	2
6	Expunere, exerciții de citire – înțelegere, ascultare - înțelegere, exprimare orală.	Conversatia, problematizarea	-	-	2
7	Expunere, exerciții de citire – înțelegere, ascultare - înțelegere, exprimare orală.	Conversatia, problematizarea	-	-	2

Bibliografie

1. T. MARIN, MAGNELLI, S. Nuovo Progetto Italiano 3, Libro dello studente, Edilingua, Roma, 2007.
2. Armida RONCARI, BRIGHENTI, Carlo La lingua italiana per gli stranieri, Edizioni Scolastiche Mondadori, 1971.
3. Mariana STĂNCIULESCU-CUZA, GHERMAN Haritina, LĂZĂRESCU George Dicționar italian- român, Editura 100+1 Gramar, București, 2000.
4. Doina CONDREA DERER (coord.) Dicționar român –italian, Editura Gramar, București, 1999.

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

-

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			

- la curs	- îndeplinirea corectă și la timp a sarcinilor de lucru - însușirea vocabularului de specialitate - corectitudinea și adecvarea	Portofolii	10
- în timpul activității practice	- îndeplinirea corectă și la timp a sarcinilor de lucru - însușirea vocabularului de specialitate - corectitudinea și adecvarea	Evaluare pe parcurs	10
Evaluare finală			
- examen teoretic final	- îndeplinirea corectă și la timp a sarcinilor de lucru - însușirea vocabularului de specialitate - corectitudinea și adecvarea	Examen scris	60
- examen practic final	- îndeplinirea corectă și la timp a sarcinilor de lucru - însușirea vocabularului de specialitate - corectitudinea și adecvarea	Producere orală și scrisă	20
Standard minim de performanță: Prezența minimă la seminar 70%			

11. Orar consultații studenți

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Comunicare cu presa			
2.2 Titularul activităților de curs: Lect dr Pașcan Emil-Marius			
2.3 Titularul activităților practice: lect. dr. Marius Pașcan			
2.4 Anul de studii: II	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: E	2.7 Regimul disciplinei: Obl

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 8	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 4
3.4 Total ore din planul de învățământ: 56	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 28
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 45		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 15		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 30		
- tutorial: 2		
- examinări: 2		
- alte activități: 0		
3.8 Total ore de studiu individual: 94		
3.9 Total ore pe semestru: 150		
3.10 Număr de credite: 6		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum: Sistemul mass-media
4.2 de competențe: Sistemul mass-media

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: Sala dotată cu aparatură multimedia
5.2 a activităților practice: Sala dotată cu aparatură multimedia

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: CP 3. Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în procesul de relații publice; CP 4. Realizarea și promovarea unui produs de relații publice; CP 5. Asistență de specialitate în gestionarea comunicării de criză și/sau în mediarea conflictelor de comunicare. medierea conflictelor de comunicare.
6.2 transversale: CT1. Rezolvarea în mod realist, cu argumentare atât teoretică, cât și practică, a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora; CT2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice;
6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:

- cunoașterea deplină a mecanismelor specifice comunicării eficiente cu și prin media
- capacitatea de analiză și sinteză;
- capacitatea de a empatiza cu mediul social;
- abilitatea de a percepe corect și de a exploata eficient tendințele sociale, politice și economice de imagine și conținut;
- capacitatea de asimilare critică, prelucrare, coroborare și exploatare a informației teoretice;
- stăpânirea resurselor limbajului verbal, paraverbal și nonverbal în comunicare.
- stăpânirea resurselor limbajului verbal, paraverbal și nonverbal în comunicare.

7.2 Obiective specifice:

- elaborarea și gestionarea de campanii de relații publice;
- elaborarea și gestionarea de strategii publicitare;
- aplicarea metodelor și tehnicilor de cercetare sociologică în domeniul relațiilor publice și al publicității;
- implementarea și dezvoltarea sistemelor de comunicare organizațională în plan intern și extern;
- dezvoltarea abilităților de mediator pentru managementul crizelor și conflictelor;
- dezvoltarea capacităților de comunicare interpersonală, inter-instituțională, interculturală și internațională.
- implementarea și dezvoltarea sistemelor de comunicare organizațională în plan intern și extern;
- dezvoltarea abilităților de mediator pentru managementul crizelor și conflictelor;
- dezvoltarea capacităților de comunicare interpersonală, inter-instituțională, interculturală și internațională.

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	De ce este necesară o comunicare eficientă cu și prin mass-media?	Prelegere, exemplificare, dialog, interacțiune	-	-	2
2	Relațiile publice și mass-media	Prelegere, exemplificare, dialog, interacțiune	-	-	2
3	Conferința de presă și rolul său în relațiile publice	Prelegere, exemplificare, dialog, interacțiune	-	-	2
4	Briefingul de presă în relațiile publice	Prelegere, exemplificare, dialog, interacțiune	-	-	2
5	Centrul de presă și relațiile publice	Prelegere, exemplificare, dialog, interacțiune	-	-	2
6	Lista de control pentru reușita în relațiile cu presa	Prelegere, exemplificare, dialog, interacțiune	-	-	2
7	Rolul specialiștilor în relații publice în comunicarea cu presa - purtătorul de cuvânt	Prelegere, exemplificare, dialog, interacțiune	-	-	2
8	Cum comunicăm cu presa în situații de criză	Prelegere, exemplificare, dialog, interacțiune	-	-	2
9	Premisele, organizarea, desfășurarea și evaluarea campaniilor de relații publice	Prelegere, exemplificare, dialog, interacțiune	-	-	2
10	Cum să comunicăm public eficient prin social media și multimedia?	Prelegere, exemplificare, dialog, interacțiune	-	-	2
11	Relațiile publice și comunicarea cu presa în instituțiile publice și private	Prelegere, exemplificare, dialog, interacțiune	-	-	2
12	Planul de comunicare	Prelegere, exemplificare, dialog, interacțiune	-	-	2
13	Tendințe actuale în campaniile de relații publice	Prelegere, exemplificare, dialog, interacțiune	-	-	2
14	Recapitularea principalelor noțiuni și informații ale cursului	Prelegere, exemplificare, dialog, interacțiune	-	-	2

Bibliografie

Petrovici, Amalia, „Relații publice: dimensiuni acționale și practici curente”, Editura Tritonic, București, 2016

David, George, Dan, Mircea, „Partea plină a paharului: O introducere în tehnicile și campaniile de relații publice”, Editura Lumen, Iași, 2015

Sandu, Antonio, „Relații publice și comunicare pentru administrația publică”, Editura Tritonic, 2016

Wilcox, Dennis L.; Reber, Bryan H., „Public relations: writing and media techniques”, Harlow: Pearson, 2014

Austin, L. Jin, Y. (coord)., „Social media and crisis communication”, New York: Routledge, 2018

Diers-Lawson Audra, „Crisis Communication. Managing Stakeholder Relationships”, London, Routledge, 2020

Scott, D.M., 2017. The New Rules of Marketing and PR: How to Use Social Media, Online Video, Mobile Applications, Blogs, News Releases, and Viral Marketing to Reach Buyers Directly. 6th ed. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.

Dietrich, G., 2014. Spin Sucks: Communication and Reputation Management in the Digital Age. Chicago: Que Publishing.

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Reguli tehnice de redactare în comunicarea cu presa și relațiile publice	Prelegere, dezbateri, activități aplicative, exerciții	-	-	2
2	Publicații și tipuri de documente utilizate în relațiile publice și pentru informarea presei	Prelegere, dezbateri, activități aplicative, exerciții	-	-	2
3	Biroul de presă, purtătorul de cuvânt, centrul de presă – rol și structură	Prelegere, dezbateri, activități aplicative, exerciții	-	-	2
4	Organizarea unei conferințe de presă și a unui briefing de presă	Prelegere, dezbateri, activități aplicative, exerciții	-	-	2
5	Specificul funcționării centrului temporar și permanent de presă	Prelegere, dezbateri, activități aplicative, exerciții	-	-	2
6	Comunicarea în situații de criză, relațiile cu mass-media	Prelegere, dezbateri, activități aplicative, exerciții	-	-	2
7	Comunicare și relații publice prin social media și formate multimedia	Prelegere, dezbateri, activități aplicative, exerciții	-	-	2
8	Mapa de presă și diverse alte publicații și materiale de promovare în relațiile publice	Prelegere, dezbateri, activități aplicative, exerciții	-	-	2
9	Campaniile de relații publice, organizare, desfășurare, evaluare	Prelegere, dezbateri, activități aplicative, exerciții	-	-	2
10	Serviciile instituționale de relații publice	Prelegere, dezbateri, activități aplicative, exerciții	-	-	2
11	Alegerea suporturilor media în campaniile de comunicare, relații publice și relaționarea cu mass-media	Prelegere, dezbateri, activități aplicative, exerciții	-	-	2
12	Configurarea și managementul planului de comunicare	Prelegere, dezbateri, activități aplicative, exerciții	-	-	2
13	Noi tendințe în relațiile publice și aplicabilitatea acestora	Prelegere, dezbateri, activități aplicative, exerciții	-	-	2
14	Recapitularea principalelor noțiuni și tehnici de comunicare cu presa	Prelegere, dezbateri, activități aplicative, exerciții	-	-	2

Bibliografie

Bernays, Edward L., „Cristalizarea opiniei publice”, București, Comunicare.ro, 2020

Bălășescu Mădălina, „Producția de televiziune-strategii, principii, tehnici”, București, Tritonic, 2015, pp. 195-200, „Stilul audiovizual”, pp. 153-158, „Compoziția imaginilor”, pp. 169-186, „Editarea imaginilor”, 2015

Cmeci, Camelia, „Tendințe actuale în campaniile de relații publice”, Iași, Polirom, 2013, Cap. I, „Definiții și caracteristici ale campaniilor de relații publice”, (pag. 9 – 19), Cap. II, „Tipologii ale campaniilor de relații publice”, (pp. 21 – 33). Momoc, Antonio, Comunicarea 2.0, Ed. Adenium, Iași, 2014

Păun, Mihaela & Radu, Raluca, „Prezentarea adevărului”, pp. 115-134, în Radu, Raluca (coord.) Deontologia comunicării publice, Polirom, Iași, 2015.

Wilcox, Dennis L.; Reber, Bryan H., „Public relations: writing and media techniques”, Harlow: Pearson, 2014

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

Conținutul disciplinei este corelat și subsumat provocărilor practice și concrete instituționale, corelative așteptărilor de pe piața muncii, comunicării publice și nevoii de relaționare eficientă cu și prin mass-media.

Pregătirea și activitățile practice desfășurate în spațiul comunicării sunt corelate cu oportunitățile, mijloacele tehnice, precum și cu diversitatea canalelor de comunicare, repere fundamentale în dobândirea competențelor specifice profesionistului din relații publice.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Definirea în mod corect a noțiunilor privind comunicarea cu presa și relațiile publice, analizarea și interpretarea materialului documentar. Exprimarea și susținerea unui punct de vedere argumentat privitor la o anumită tematică sau problematică specifică acestei discipline de studiu.	Evaluare formativă, orală – discuția dirijată - aprecierea activismului, implicarea și participarea la dialog.	10
- în timpul activității practice	Întocmirea și prezentarea unui referat/ eseu/ proiect din tematica disciplinei. Abilitatea științifică de documentare, a studiilor de caz abordate, noutatea temei.	Evaluare formativă - punctaj obținut prin evaluarea referatului/proiectului/instrumentului de cercetare, parcurgerea bibliografiei și susținerea orală a subiectelor redacționale; punctaj pe baza unei medii a prezențelor, a participării la dezbateri, a susținerii referatului/proiectului în seminar, stabilit de comun acord.	30
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Evaluarea scrisă; Rezolvarea subiectelor de examen.	Barem de notare adus la cunoștința studenților examinați.	60
- examen practic final	-	-	0
Standard minim de performanță: Este necesară întocmirea de referat/eseu/proiect pentru acces la examen. Realizarea punctajului pentru nota 5 însumează evaluarea cunoștințelor teoretice și activitatea la seminare. Aceasta presupune participarea activă și implicarea la orele de curs și seminar, susținerea materialelor redacționale și rezolvarea a minimum jumătate dintre subiectele supuse examinării.			

11. Orar consultații studenți

Lect dr Pașcan Emil-Marius	În fiecare zi de miercuri a săptămânii, între orele 14-16.
----------------------------	--

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Etică			
2.2 Titularul activităților de curs: Prof dr Georgescu Maria-Ana			
2.3 Titularul activităților practice: Prof dr Georgescu Maria-Ana			
2.4 Anul de studii: II	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Obl

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 6	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 42	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 14		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 10		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 3		
- tutorial: 3		
- examinări: 3		
- alte activități: 0		
3.8 Total ore de studiu individual: 33		
3.9 Total ore pe semestru: 75		
3.10 Număr de credite: 3		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: Sală dotată cu videoproiector și calculator cu sonorizare, cu tablă. Acces la internet
5.2 a activităților practice: Sală dotată cu videoproiector și calculator cu sonorizare, cu tablă. Acces la internet

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: CP 1.1 Definirea principalelor concepte specifice domeniului, utilizarea lor și a terminologiei de specialitate în situații multiple. CP 1.3 Aplicarea principiilor deontologice și a normelor etice care stau la baza organizării și funcționării activităților specifice domeniului de specialitate, descrierea modului de organizare a profesiei și a valorilor acesteia. CP 1.4 Aplicarea legislației naționale și europene privind liberul acces la informație, proprietatea intelectuală, drepturile de autor, copyright-ul etc. în procesul comunicării profesionalizate și în activitățile de informare documentare.

6.2 transversale:
CT1. Rezolvarea în mod realist, cu argumentare atât teoretică, cât și practică, a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora;
CT2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice.
6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:
Disciplina își propune să prezinte conținutul și interdependența conceptelor specifice (etică, norme, valori, responsabilitate individuală și socială, etica aplicată) precum și stabilirea raporturilor dintre aspectele etice și fenomenele socio-economice și politice, analizându-le din prisma relațiilor publice.
7.2 Obiective specifice:
Identificarea unor domenii multiple ale vieții sociale față de care se cer aplicate norme etice.
Analizarea și selectarea de modele ale eticii și responsabilității sociale prezente în diferite comunități sociale și organizații.
Dobândirea capacității de analiză a unei acțiuni sociale, politice, economice din dublă perspectivă, a moralității și eficienței.
Promovarea valorilor morale la nivel micro și macrosocial.
Angajament față de cele mai înalte standarde de comportament etic și evitarea problemelor de fraudă academică și a neregulilor.

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Noțiuni de etică și morală Etimologie și geneză Etapă în evoluția conceptului de moralitate Statutul, rolul și funcțiile eticii	Discuția dirijată, Prezentare PPT, Interacțiune multimedia	-	-	2
2	Normele morale Definirea și caracteristicile normelor Structura, clasificarea și funcțiile normelor Norme morale versus alte prescripții normative Rolul normelor și principiilor morale	Explicația, Demonstrația interactivă, Prezentare PPT, Interacțiune multimedia	-	-	4
3	Valorile morale Definirea valorilor Teorii despre valori Competența morală și treptele sale	Prelegerea participativă, Prezentare PPT, Interacțiune multimedia	-	-	2
4	Abordări ale responsabilității Planul individual și colectiv al responsabilității Perspectiva interdisciplinară asupra responsabilității sociale Noile standarde ale responsabilității sociale	Discuția dirijată, Prezentare PPT, Interacțiune multimedia	-	-	2
5	Consumul și consumatorul responsabil Consumatorul între opțiuni și constrângeri sociale Consum responsabil versus consum etic	Discuția dirijată, Problematizarea, Prezentare PPT, Interacțiune multimedia	-	-	2
6	Etica în relațiile publice Despre relațiile publice (PR) Menirea și responsabilitățile PR Codul de etică în PR	Conversația euristică, Prezentare PPT, Interacțiune multimedia	-	-	2
7	Responsabilitatea socială în afaceri Delimitări terminologice Argumente pro și contra responsabilității sociale Dimensiunile responsabilității sociale în afaceri Responsivitatea socială	Explicația, Prezentare PPT, Interacțiune multimedia	-	-	2
8	Cultura organizațională și valorile responsabilității sociale Realitatea culturii organizaționale Forme de manifestare a culturii organizaționale Tipuri de culturi ale firmei/organizației	Prelegerea, Dezbaterea, Prezentare PPT, Interacțiune multimedia	-	-	2

	Interferențe între cultura organizațională și valorile etice Valorile RSC la nivel european și național				
9	Etica în administrația publică Dilemele funcționarului public Problema corupției și lupta anticorupție Transparency International Ierarhizarea României în statisticile referitoare la fenomenul corupției	Demonstrația interactivă, Analize statistice, Prezentare PPT, Interacțiune multimedia	-	-	2
10	Dezvoltarea sustenabilă și probleme de etică Delimitări conceptuale: progres, evoluție, dezvoltare economică și socială, dezvoltare durabilă Semnale de alarmă Strategiile și principiile dezvoltării	Explicația, Dezbaterea, Prezentare PPT, Interacțiune multimedia	-	-	2
11	Etica în mediul academic De ce este nevoie de etică în mediul academic? Integritate academică	Conversația euristică, Prezentare PPT, Interacțiune multimedia	-	-	2
12	Responsabilitățile autorilor de lucrări științifice Responsabilitatea juridică și morală în cercetare Plagiul, autoplagiul, drepturile de autor	Explicația, Dezbaterea, Prezentare PPT, Interacțiune multimedia	-	-	2
13	Etica cercetării științifice Ce este cercetarea științifică Principii în cercetare Cercetarea științifică - aspecte etice și standarde	Explicația, problematizarea, prezentare PPT, interacțiune multimedia	-	-	2

Bibliografie

Bibliografie obligatorie

1. Georgescu, M. A. – Etica între teorie și acțiune, Ed. Univ. Petru Maior, Tg.Mureș, 2011.
2. Georgescu, M.A. – Responsabilitatea socială între teorie, imagine și conduită, Ed.Limes, Cluj-Napoca, 2015.
3. Newsome, D.; VanSlyke T., J.; Kruckenberg, D. – Etica și responsabilitățile în relațiile publice, în „Totul despre relațiile publice”, Ed.Polirom, Iași, 2003, pp.300-347.
4. Singer, Peter (editor) – Tratat de etică, Ed.Polirom, Iași, 2006, pp.151-176, 205-216, 269-276, 385-396, 494-504.
5. Socaciu, Emanuel et al. (2018), Etică și integritate academică - Etică și Deontologie Academică. Ed Universității București. Disponibil: <https://deontologieacademica.unibuc.ro/wp-content/uploads/2018/11/Etica-si-integritate-academica.pdf>, Accesat: 17.02.2020.

Bibliografie facultativă

6. Angheluță, S. - Conceptul global de responsabilitate socială corporativă și dezvoltarea locală reprezintă sarcini pentru învățarea pe tot parcursul vieții, 2018, Disponibil: <https://epale.ec.europa.eu/ro/blog/csr-global-concept-and-local-development-task-lifelong-learning>
7. Cățineanu, Tudor – Elemente de etică, editura Dacia, Cluj-Napoca, 1982.
8. Covey, Stephen – Etica liderului eficient sau conducerea bazată pe principii, Ed.Alfa, București, 2000.
9. Dunava, Costel Neculai (2021) Transferul facilităților sociale din politicile de responsabilitate socială a întreprinderilor în contractele colective de muncă, în Anuarul Universității „Petre Andrei” Iași - Fascicula Drept, Științe Economice, Științe Politice 28:134-162.<https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=1014878>
10. Kant, Immanuel - Întemeierea metafizicii moravurilor. Critica rațiunii practice, trad.rom. N. Bagdasar, București, Editura Științifică, 1972.
11. Rogojinaru, Adela - Relațiile publice – fundamente interdisciplinare, Ed. Tritonic, București, 2005.
12. Spinoza, Benedict – Etica, Editura Antet, București, 2000.
13. Weber, Max - Etica protestantă și spiritul capitalismului, trad. Ihor Lemnij, București, Editura Humanitas, 1993.

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Etimologia și geneza moralei. Raporturile moralei cu alte domenii (religie, drept, tradiții etc.) Competența morală și treptele sale	Dezbaterea, Interpretare de text, Teste conceptuale, Interacțiune multimedia	-	-	2

2	Norme și libertate; specificul normelor morale	Explicația, dezbateră, problematizarea, Interpretare de text, Interacțiune multimedia	-	-	2
3	Suportul rațional al „binelui” ca valoare etică. Dileme etice	Studiul de caz, Teste conceptuale, Interacțiune multimedia	-	-	2
4	Normele de conduită și codurile de etică ale profesiei de relaționist	Studiul de caz, Dezbateră, Interacțiune multimedia	-	-	2
5	Responsabilități sociale asumate – o conduită și o strategie. Responsabilitatea socială: costuri și beneficii	Dezbateră, Interacțiune multimedia	-	-	2
6	Etica aplicată. Rolul codurilor de etică ale organizațiilor	Studiul de caz, Teste conceptuale, Interpretare de text	-	-	2
7	Etica în publicitate	Studiul de caz, Teste conceptuale, Interacțiune multimedia	-	-	2

Bibliografie

Bibliografie obligatorie

- CODUL DE ETICĂ ȘI DEONTOLOGIE PROFESIONALĂ A UNIVERSITĂȚII DE MEDICINĂ, FARMACIE, ȘTIINȚE ȘI TEHNOLOGIE “G. E. PALADE” TG.MUREȘ, Disponibil: https://www.umfst.ro/fileadmin/documente_oficiale/regulamente/UMFST-REG-02.pdf
- Florea, Bujorel -Reflecții despre plagiat, Ed. Hamangiu, București, 2018.

Bibliografie facultativă

- Crăciun, Dan - Etica în afaceri. o scurtă introducere, Editura ASE, București, 2005.
- Heintz, Monica – Etica muncii la românii de azi, Editura Curtea Veche, București, 2005.
- Savater, Fernando – Etica pentru Amador, trad. Dana Diaconu, Editura Timpul, Iași, 1997
- Tănase, S. - Etica și valorile morale, Ed. Societatea Academică "Mateiu Teiu Botez", Iași, 2005.

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

Formarea capacităților de raportare din perspectivă morală la realitatea socială. Tematica disciplinei este în concordanță cu ceea ce se face în alte centre universitare. Prin conținut, disciplina răspunde necesităților practice actuale. Studiarea acestei discipline realizează transpunerea elementelor de etică dinspre o teorie științifică și o disciplină filosofică înspre o abordare practică și o acțiune concretă.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Delimitarea în mod corect a noțiunilor științei eticii; analizarea și interpretarea materialului documentar; exprimarea și susținerea unui punct de vedere argumentat privitor la o anumită problemă etică.	Evaluare formativă, orală – discuția dirijată, aprecierea activismului și a participării la dialog.	10
- în timpul activității practice	Întocmirea și prezentarea unui referat/ proiect din tematica disciplinei. Identificarea problemelor sociale care suscită dezbateri etice.	Evaluare formativă - punctaj obținut prin evaluarea și susținerea orală a subiectelor redacționale; punctaj pe baza unei medii a prezențelor, a participării la dezbateri, a susținerii referatului/proiectului în seminar, stabilit de comun acord.	50
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Evaluarea scrisă. Rezolvarea subiectelor de examen	Grilă – Teste conceptuale cu întrebări închise.	40

- examen practic final	-	-	0
---------------------------	---	---	---

Standard minim de performanță:
Este necesară întocmirea de referat/eseu/proiect pentru acces la examen; întocmirea unui portofoliu de documente cu termen de predare cel târziu la ultimul seminar programat.
Rezolvarea unui minim de o treime din grilele testului.
Se consideră promovat studentul care obține cumulat (la evaluarea pe parcurs + evaluarea finală / sumativă) cel puțin nota 5 (cinci).

11. Orar consultații studenți

Prof dr Georgescu Maria-Ana	30 de minute după seminar
-----------------------------	---------------------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Managementul relațiilor publice			
2.2 Titularul activităților de curs: Lect dr Cistelean Alexandru			
2.3 Titularul activităților practice: Alexandru Cistelean			
2.4 Anul de studii: II	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: E	2.7 Regimul disciplinei: Obl

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 6	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 42	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 28		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 28		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 25		
- tutorial: 0		
- examinări: 2		
- alte activități: 0		
3.8 Total ore de studiu individual: 83		
3.9 Total ore pe semestru: 125		
3.10 Număr de credite: 5		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
Sala sa fie dotată cu un proiector și conexiune internet
5.2 a activităților practice:
Sala sa fie dotată cu un proiector și conexiune internet

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
CP1. Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării;
CP 1.1 Definirea principalelor concepte specifice domeniului, utilizarea lor și a terminologiei de specialitate în situații multiple
CP 1.2 Explicarea conceptuală a situațiilor de comunicare și a problemelor de specialitate în domeniu.
CP 1.3 Aplicarea principiilor deontologice și a normelor etice care stau la baza organizării și funcționării activităților specifice domeniului de specialitate, descrierea modului de organizare a profesiei și a valorilor acesteia.
CP 2. Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC);
CP 2.1 Identificarea și înțelegerea teoriilor cu privire la gestiunea informațiilor, comunicarea mediatică, sistemele

media, dinamica acestora și la efectele comunicării mediatice.
CP 2.2 Identificarea particularităților utilizării specializate a diverselor tipuri media în comunicare.
CP 2.3 Utilizarea tehnologiilor adecvate în realizarea și comunicarea profesionalizată a diverselor produse de informare, cu respectarea dreptului publicului de a fi informat corect.
CP 2.4 Utilizarea unor criterii și metode standard de evaluare a calității și limitelor folosirii diverselor tehnologii în cadrul unor acte concrete de informare și comunicare..
CP 2.5 Realizarea de portofolii cu privire la dimensiunea mediatică a unui act de informare și/ sau comunicare profesionalizată.
CP 3. Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în procesul de relații publice;
CP 3.1 Definirea conceptelor, teoriilor, paradigmatelor și metodologiilor utilizate în analiza comunicării.
CP 3.2 Tratarea comunicării și a publicului/ audienței din perspectiva unor parametri specifici domeniului.
CP 3.3 Utilizarea unor metode de cercetare pentru definirea problemelor de interes public și rezolvarea acestora prin modele de planificare specifice.
CP 3.4 Identificarea și utilizarea unor tehnici și indicatori relevanți pentru monitorizarea și evaluarea proceselor de comunicare.
CP 3.5 Elaborarea unui plan de comunicare eficientă în situații definite de comunicare publică.
CP 4. Realizarea și promovarea unui produs de relații publice;
CP 4.1. Identificarea conceptelor și metodelor adecvate dezvoltării unui produs de RP.
CP 4.2 Explicarea și interpretarea unui eveniment de RP din perspectiva planificării lui strategice.
CP 4.3 Utilizarea unor cadre metodologice adecvate realizării unui produs de RP.
CP 4.4. Validarea programelor și produselor de RP prin tehnici de evaluare specifice.
CP 4.5. Elaborarea documentației pentru prezentarea unui produs RP.
6.2 transversale:
CT1. Rezolvarea în mod realist, cu argumentare atât teoretică, cât și practică, a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora;
CT2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice;
6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:
Familiarizarea studenților cu terminologia, abordările conceptuale, instrumentele, metodele și tehnicile specifice relațiilor publice.
7.2 Obiective specifice:
• Clarificarea conceptuală a relațiilor publice în raport cu marketingul și comunicarea integrată de marketing. • Înțelegerea modului de organizare a activității de relații publice și a rolului specialiștilor/practicienilor de relații publice în cadrul organizațiilor. • Delimitarea publicurilor organizației și a metodelor și tehnicilor adecvate de comunicare eficientă cu fiecare categorie de public.

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Managementul relațiilor publice – noțiuni introductive	Prelegere, problematizare, discutii dirijate	-	-	2
2	Organizarea activității de relații publice	Prelegere, problematizare, discutii dirijate, studii de caz	-	-	2
3	Planificarea campaniilor de relații publice	Prelegere, problematizare, discutii dirijate, demonstrații interactive	-	-	2
4	Etapile planificării unei campanii de relații publice (I-II)	Prelegere, problematizare, discutii dirijate, demonstrații interactive, studii de caz	-	-	4
5	Publicurile și alegerea mesajelor	Prelegere, problematizare, discutii dirijate, demonstrații interactive, studii de caz	-	-	2
6	Cultura organizațională a firmelor (I-II)	Prelegere, problematizare, discutii dirijate, demonstrații interactive	-	-	4
7	Etica în afaceri (I-II)	Prelegere, problematizare, discutii dirijate, demonstrații interactive	-	-	4
8	Strategii de relații publice: proactive și reactive	Prelegere, problematizare, discutii dirijate, studii de caz	-	-	2
9	Structuri organizatorice de management	Prelegere, problematizare, discutii dirijate, studii de caz, demonstrații interactive	-	-	2
10	Leadershipul	Prelegere, problematizare, discutii dirijate, studii de caz, demonstrații interactive	-	-	2

11	Economia factorilor, productivitate si management	Prelegere, problematizare, discutii dirijate, studii de caz, demonstratii interactive	-	-	2
----	---	---	---	---	---

Bibliografie
Obligatoriu:
 1. Cayce Myers, Public Relations History: Theory, Practice and Profession, Routledge, 2021
 2. Camelia Cmeciu, Tendințe actuale în campaniile de relații publice, Polirom, Iași, 2013
 3. Peter Smudde, Teaching Public Relations: Principles and Practices for Effective Learning, Routledge, 2020

Optional:
 Thierry Libaert, Planul de comunicare, trad. Aliza Peltier, Editura Polirom, Iași, 2009.
 George David, Tehnici de relații publice. Comunicarea cu mass-media, Editura Polirom, Iași, 2008.

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Notiuni introductive. Managementul si functiile managementului	Problematizari, discutii dirijate, studii de caz	-	-	2
2	Activitati de relatii publice	Problematizari, discutii dirijate, studii de caz, demonstratii interactive	-	-	2
3	Campanii de relatii publice	Discutii dirijate, studii de caz, demonstratii interactive	-	-	2
4	Analiza PEST	Discutii dirijate, studii de caz, demonstratii interactive, exercitii in echipe	-	-	2
5	Analiza SWOT	Discutii dirijate, studii de caz, demonstratii interactive, exercitii in echipe	-	-	2
6	Publicuri si mesaje	Problematizari, discutii dirijate, studii de caz, demonstratii interactive,	-	-	2
7	Managementul de criza	Problematizari, discutii dirijate, studii de caz, demonstratii interactive, exercitii pe echipe	-	-	2

Bibliografie
Obligatoriu:
 Thurlow Amy, Social Media, Organisational Identity, and Public Relations, Routledge, 2019
 S. Romenti et al, The Management Game of Communication, Emerald, 2016

Optional:
 Scott M. Cutlip, Aileen H. Center, Glen M. Broom, Relații publice eficiente, ediție îngrijită de Lucian Pricop, postfață la ediția română de Remus Pricopie, ediția a IX-a, București, Editura Comunicare.ro, 2010.
 Bill George, Șapte lecții de succes pe timp de criză, cuvânt înainte de Warren Bennis, trad. de Dan Criste, Editura Meteor Business, 2010.

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

În vederea stabilirii setului de conținuturi și metode de predare abordate au fost derulate cercetări documentare, pe de o parte, privind conținuturile și metodele de predare adoptate pentru aceeași disciplină sau discipline similare în cadrul altor universități din țară și din străinătate, iar pe de altă parte, privind așteptările mediului de afaceri și ai angajatorilor din domeniul aferent, așa cum au fost ele reflectate în presa de profil economic sau de specialitate a domeniului.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Participare activa la curs, insusirea cunostintelor	Proiecte, prezentari, interventii	20
- în timpul activității practice	Participare activa la seminar, prezentari de proiecte si referate	Proiecte, exercitii	30
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Insusirea cunostintelor si capacitatea de aplicare a lor	Examen scris	50
- examen practic final	-	-	0

Standard minim de performanță: Insusirea cunostintelor de baza, realizarea unui proiect intr-o echipa
--

11. Orar consultații studenți

Lect dr Cistelecan Alexandru	Marti, 12-14
------------------------------	--------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Comunicare internă			
2.2 Titularul activităților de curs: Lect dr Pașcan Emil-Marius			
2.3 Titularul activităților practice: lect. dr. Marius Pașcan			
2.4 Anul de studii: II	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Obl

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 8	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 4
3.4 Total ore din planul de învățământ: 56	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 28
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 30		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 15		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 22		
- tutorial: 0		
- examinări: 2		
- alte activități: 0		
3.8 Total ore de studiu individual: 69		
3.9 Total ore pe semestru: 125		
3.10 Număr de credite: 5		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
Sală dotată cu aparatură multimedia
5.2 a activităților practice:
Sală dotată cu aparatură multimedia

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
CP 1. Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării;
CP 2. Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC);
CP 3. Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în procesul de relații publice;
CP 4. Realizarea și promovarea unui produs de relații publice;
CP 5. Asistență de specialitate în gestionarea comunicării de criză și/sau în medierea conflictelor de comunicare.
6.2 transversale:
CT1. Rezolvarea în mod realist, cu argumentare atât teoretică, cât și practică, a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora;
CT2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere

ierarhice;

CT3. Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii.

6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:

Există trei aspecte ale comunicării interne, specifice organizațiilor care implică în mod pronunțat comunicarea: conducerea (comunicarea managerială), vânzările sau serviciile prestate (comunicarea de marketing) și comunicarea organizațională propriu-zisă (aici se încadrează atât comunicarea funcțională (se studiază tipurile și direcțiile de comunicare în organizații în general) cât și strategia de comunicare a organizației cu publicurile sale (relațiile publice).

7.2 Obiective specifice:

Subsumarea strategiilor adoptate privind comunicarea publică la specificitatea instituțională și relaționarea eficientă cu mass-media sunt elemente esențiale ale succesului comunicării.

Corelarea activităților din spațiul comunicării cu oportunitățile, mijloacele tehnice, precum și cu diversitatea canalelor de comunicare reprezintă repere fundamentale în dobândirea competențelor specifice profesionistului din relații publice.

Astfel, cursul urmărește formarea următoarelor competențe pentru studenți:

Să explice rolul comunicării în context organizațional.

Să faciliteze înțelegerea dinamicii și rolului relațiilor interumane din organizație.

Să faciliteze integrarea cunoștințelor dobândite la curs și a abilităților antrenate la seminare cu propria experiență organizațională.

Sa sporească capacitățile de observare, de analiză, de interpretare și de argumentare în contextul comunicării organizaționale.

Sa faciliteze identificarea stilului personal de comunicare.

Sa faciliteze antrenarea capacității de a transforma climatul organizațional prin modelarea proceselor de comunicare.

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Specificul comunicării interne	Prelegere, dialog, interacțiune	-	-	2
2	Modele de cultură organizațională	Prelegere, dialog, interacțiune	-	-	2
3	Componente și tipuri de comunicare organizațională	Prelegere, dialog, interacțiune	-	-	2
4	Factori de influență în comunicarea organizațională	Prelegere, dialog, interacțiune	-	-	2
5	Metode și tehnici de perfecționare	Prelegere, dialog, interacțiune	-	-	2
6	Teoria și managementul organizației	Prelegere, dialog, interacțiune	-	-	2
7	Caracteristici ale comunicării manageriale	Prelegere, dialog, interacțiune	-	-	2
8	Formele comunicării manageriale	Prelegere, dialog, interacțiune	-	-	2
9	Grupul și comunicarea de grup în organizații. Organizația ca sistem.	Comunicare comunitară	-	-	2
10	Comunicarea publică organizațională	Prelegere, dialog, interacțiune	-	-	2
11	Conflictele în organizație. Comunicarea de criză în organizații.	Prelegere, dialog, interacțiune	-	-	2
12	Tipologia comunicării organizaționale. Planul de comunicare internă.	Prelegere, dialog, interacțiune	-	-	2
13	Individul în context organizațional. Comunicarea interpersonală.	Prelegere, dialog, interacțiune	-	-	2
14	Evaluarea comunicării organizaționale.	Prelegere, dialog, interacțiune	-	-	2

Bibliografie
Ardusătan, Adrian; Marius Băraian; George Arghir, Comunicarea internă în organizații. O abordare din perspectiva relațiilor publice, Sebeș, 2013

Brown, A. D. (Ed.), „The Oxford Handbook of Identities in Organizations”, Oxford University Press, 2020

Powley, E. H., Caza, B. B., & Caza, A. (Eds.), „Research Handbook on Organizational Resilience”, Edward Elgar Publishing, 2020

Blomberg, J., „Organization Theory: Management and Leadership Analysis”, SAGE, 2020

Lawrence, T. B., & Phillips, „Constructing organizational life: How social-symbolic work shapes selves, organizations, and institutions”, Oxford University Press, 2019

Landy, F. J. & Conte, J. M., „Work in the 21st century. An introduction to industrial and organizational psychology”, Sixth edition, New York: John Wiley & Sons, 2019

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Spațiul public și organizațiile. Planul de comunicare internă.	Aplicații practice, teste, exerciții demonstrative, lecturi, dezbateri	-	-	2
2	Comunicarea deschisă din perspectiva organizațională. Motivații, competente de comunicare.	Aplicații practice, teste, exerciții demonstrative, lecturi, dezbateri	-	-	2
3	Cultura organizației ca instrument în managementul organizațional. Tipologia atitudinilor de comunicare.	Aplicații practice, exerciții, lecturi, dezbateri	-	-	2
4	Comunicarea de influență. Rețele de comunicare.	Aplicații practice, exerciții, lecturi, dezbateri	-	-	2
5	Comunicarea evenimentială. Comportamente pozitive și comportamente negative în grupul de lucru.	Aplicații practice, exerciții, lecturi, dezbateri	-	-	2
6	Ședința ca mecanism reglator în funcționarea organizațiilor.	Aplicații practice, exerciții, lecturi, dezbateri	-	-	2
7	Comunicarea externă, publică și comunitară	Aplicații practice, exerciții, lecturi, dezbateri	-	-	2
8	Tehnologie, tehnici și instrumente de comunicare internă	Aplicații practice, exerciții, lecturi, dezbateri	-	-	2
9	Comunicarea orientată spre relațiile publice	Aplicații practice, exerciții, lecturi, dezbateri	-	-	2
10	Stiluri de conducere managerială	Aplicații practice, exerciții, lecturi, dezbateri	-	-	2
11	Schimbarea organizațională. Modelul Dilts.	Aplicații practice, exerciții, lecturi, dezbateri	-	-	2
12	Managementul reputației. Prezentarea proiectelor.	Aplicații practice, exerciții, lecturi, dezbateri	-	-	2
13	Comunicarea ca sistem de apărare	Aplicații practice, exerciții, lecturi, dezbateri	-	-	2
14	Evaluarea comunicării interne	Studiu de caz, aplicații practice, exerciții, lecturi, dezbateri	-	-	2

Bibliografie
Libaert, T. - Planul de comunicare. Cum sa-ti definești și sa-ti organizezi strategia de comunicare, Editura Polirom, 2009

Constantinescu Dumitru, Dumitrașcu Elena, Gîrboveanu Sorina Raula – Comunicare organizațională, Editura Prouniversitaria, București, 2011

Rosemarie Haineș, Tipuri și tehnici de comunicare în organizații, Editura Universitară, București, 2008

Blomberg, J., „Organization Theory: Management and Leadership Analysis”, SAGE, 2020

Lawrence, T. B., & Phillips, „Constructing organizational life: How social-symbolic work shapes selves,

organizations, and institutions”, Oxford University Press, 2019

Northouse, P. G., „Leadership: theory and practice”, Eighth edition. Thousand Oaks, California: SAGE, 2019

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

Conținutul și maniera de abordare a cursului și a seminarelor urmează modelul trainingurilor de profil, consacrate în companiile ce investesc în proiectele de comunicare internă. Diferențele apar la nivelul timpului alocat și a structurării acestuia pe activități specifice.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Definirea în mod corect a noțiunilor privind Comunicarea internă în cadrul organizațiilor, analizarea și interpretarea materialului documentar. Exprimarea și susținerea unui punct de vedere argumentat privitor la o anumită tematică sau problematică specifică acestei discipline de studiu.	Evaluare formativă, orală – discuția dirijată - aprecierea activismului, implicarea și participarea la dialog.	10
- în timpul activității practice	Întocmirea și prezentarea unui referat/ eseu/ proiect din tematica disciplinei. Abilitatea științifică de documentare, a studiilor de caz abordate, noutatea temei.	Evaluare formativă - punctaj obținut prin evaluarea referatului/proiectului/instrumentului de cercetare, parcurgerea bibliografiei și susținerea orală a subiectelor redacționale; punctaj pe baza unei medii a prezențelor, a participării la dezbateri, a susținerii referatului/proiectului în seminar, stabilit de comun acord.	30
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Evaluarea scrisă; Rezolvarea subiectelor de examen.	Barem de notare adus la cunoștința studenților examinați.	60
- examen practic final	-	-	0
Standard minim de performanță: Este necesară întocmirea de referat/eseu/proiect pentru acces la examen. Realizarea punctajului pentru nota 5 însumează evaluarea cunoștințelor teoretice și activitatea la seminare. Aceasta presupune participarea activă și implicarea la orele de curs și seminar, susținerea materialelor redacționale și rezolvarea a minimum jumătate dintre subiectele supuse examinării.			

11. Orar consultații studenți

Lect dr Pașcan Emil-Marius	În fiecare zi de miercuri a săptămânii, între orele 14-16.
----------------------------	--

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Redactarea materialelor de relații publice			
2.2 Titularul activităților de curs: Lect dr Pașcan Emil-Marius			
2.3 Titularul activităților practice: lect. dr. Marius Pașcan			
2.4 Anul de studii: II	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: E	2.7 Regimul disciplinei: Obl

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 6	3.2 din care curs: 2	3.3 activități practice: 4
3.4 Total ore din planul de învățământ: 42	3.5 din care curs: 14	3.6 activități practice: 28
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 40		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 9		
- pregătire seminar / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 30		
- tutorial: 2		
- examinări: 2		
- alte activități: 0		
3.8 Total ore de studiu individual: 83		
3.9 Total ore pe semestru: 125		
3.10 Număr de credite: 5		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
Sala dotată cu echipament multimedia
5.2 a activităților practice:
Sala dotată cu echipament multimedia

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
CP 2. Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC);
CP 3. Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în procesul de relații publice;
CP 4. Realizarea și promovarea unui produs de relații publice;
6.2 transversale:
CT1. Rezolvarea în mod realist, cu argumentare atât teoretică, cât și practică, a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora;
CT2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice;
CT3. Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii.
6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:

Formarea deprinderilor de redactare a materialelor de relații publice, în condiții de eficiență și performanță, ținând cont de cerințele de operativitate și promptitudine, restricții de timp/buget/personal, condiții specifice unei redacții.

7.2 Obiective specifice:

Utilizarea unor instrumente de analiză, interpretare și comunicare specifice științelor comunicării.

Utilizarea cunoștințelor și asamblarea în diverse formate a informațiilor, pe baza cerințelor specifice relațiilor publice și mass-media.

Stăpânirea tehnicilor de redactare și utilizare a materialelor de relații publice.

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Relațiile publice și specificul lor. Intrarea în era digitală.	Prelegere, exemplificare, interacțiune, dialog	-	-	2
2	Instrumentele și produsele de comunicare publică.	Prelegere, exemplificare, interacțiune, dialog	-	-	2
3	Știrea de presă, comunicatul de presă și articolul.	Prelegere, exemplificare, interacțiune, dialog	-	-	2
4	Ziarul, revista, newsletter-ul, broșura, flyer-ul.	Prelegere, exemplificare, interacțiune, dialog	-	-	2
5	Despre imagine și utilizarea fotografiei în media.	Prelegere, exemplificare, interacțiune, dialog	-	-	2
6	Principiile de design ale mesajului. Revoluția social media.	Prelegere, exemplificare, interacțiune, dialog	-	-	2
7	Social networking. Mesajele virale și cum poți avea succes. Convergența media.	Prelegere, exemplificare, interacțiune, dialog	-	-	2

Bibliografie

Sandu, Antonio, „Relații publice și comunicare pentru administrația publică”, Editura Tritonic, 2016

OANCEA, D. (ed. coord.), „The golden book of Romanian public relations: 15 ani de practică și reperele unei industrii”, București: Fundația Forum for international communication, 2017

Hilliard, Robert L., „Writing for Television, Radio, and New Media”, Cengage Series in Broadcast and Production, New York, 2014

Petrovici, Amalia, „Relații publice: dimensiuni acționale și practici curente”, Editura Tritonic, București, 2016

Wilcox, Dennis; Reber, Bryan H. – ”Public relations: writing and media techniques”, 7th edition. Pearson. Secțiunea Writing for the mass media, 2014

David, George; Mircea, Dan. - Partea plină a paharului. O introducere în tehnicile și campaniile de relații publice, Lumen, Iași, 2015

Newsom, Doug; Haynes, Jim. - Public relations writing: strategies & structures, 11th edition. Cengage Learning, 2016

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Cum se lucrează cu mijloacele de comunicare în masă, în funcție de specificul acestora.	Dezbateri, aplicații practice, exerciții demonstrative	-	-	2
2	Specificul știrilor pentru presa scrisă, televiziune, radio și multimedia.	Dezbateri, aplicații practice, exerciții demonstrative	-	-	2
3	Stilul de redactare adaptat canalului și mijlocului tehnic de comunicare.	Dezbateri, aplicații practice, exerciții demonstrative	-	-	2
4	Broșurile, pliantele, revistele, rapoartele anuale și alte tipuri de materiale de promovare și prezentare.	Dezbateri, aplicații practice, exerciții demonstrative	-	-	2

5	Calitățile unui bun design al mesajului și creativitatea. Redactarea conținutului unui site sau mesaj social media.	Dezbateri, aplicații practice, exerciții demonstrative	-	-	2
6	Analiza critică a materialelor de relații publice din mediul profesional (exemple din zona didactică, economie, cultură, administrație publică) - lansare proiect individual.	Dezbateri, aplicații practice, exerciții demonstrative	-	-	2
7	Producerea unui mesaj, redactarea și adaptarea acestuia la un canal de comunicare propus, cu respectarea normelor de redactare în funcție de tipologia mijlocului de comunicare (presă scrisă - audiovizuală- online)	Dezbateri, aplicații practice, exerciții demonstrative	-	-	2
8	Exerciții de optimizare/rescriere a materialelor de relații publice propuse.	Dezbateri, aplicații practice, exerciții demonstrative	-	-	2
9	Prezentarea unui proiect individual vizând redactarea unui material destinat relațiilor publice.	Dezbateri, aplicații practice, exerciții demonstrative	-	-	2
10	Redactarea unor materiale specifice comunicării organizaționale, interne și externe.	Dezbateri, aplicații practice, exerciții demonstrative	-	-	2
11	Exerciții de realizare a unor știri, interviuri, advertoriale.	Dezbateri, aplicații practice, exerciții demonstrative	-	-	2
12	Conceperea și realizarea unor mape de presă.	Dezbateri, aplicații practice, exerciții demonstrative	-	-	2
13	Conceperea materialelor necesare campaniilor de relații publice.	Dezbateri, aplicații practice, exerciții demonstrative	-	-	2
14	Conceperea și realizarea materialelor necesare organizării și promovării unor evenimente instituționale și manifestări publice.	Dezbateri, aplicații practice, exerciții demonstrative	-	-	2

Bibliografie

Camelia Cmeciu - Tendințe actuale în campaniile de relații publice, Editura Polirom, Iași, 2013

Elena Chiriță - Puterea imaginii în relațiile publice. Norme de protocol și comunicare eficientă, Editura Universitară, București 2015

Stan, Sonia Cristina - Redactarea materialelor de relații publice, Pro Universitaria, București 2016

Ariane Mallender - Cum să scrii pentru multimedia; Tehnici de scriere interactivă. Rezumatul. Derularea. Scenariul, traducere de Oana Drăgănescu, Editura Polirom, Iași, 2008

Merry Aronson, Don Spetner, Carol Ames - Ghidul redactării în relații publice, era digitală, traducere Dorina Oprea, Editura Amsta publishing, București 2008

Ionescu, Liana, „Rețele sociale și comunicare jurnalistică”, în Revista de studii media, nr.4, iunie 2015, București, pp.46-54, 2015

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

Disciplina operaționalizează cunoștințele dobândite în domeniul științelor comunicării, asigurând competențele necesare utilizării informației, redactării și transmiterii acesteia deopotrivă ca material specific media ori în comunicarea internă sau externă a organizațiilor, conform specializărilor specifice acestor domenii și cererilor de pe piața muncii.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Definirea în mod corect a noțiunilor privind Redactarea materialelor de relații publice, analizarea și interpretarea	Evaluare formativă, orală – discuția dirijată - aprecierea activismului, implicarea și participarea la dialog.	10

	materialului documentar. Exprimarea și susținerea unui punct de vedere argumentat privitor la o anumită tematică sau problematică specifică acestei discipline de studiu.		
- în timpul activității practice	Întocmirea și prezentarea unui referat/ eseu/ proiect din tematica disciplinei. Abilitatea științifică de documentare, a studiilor de caz abordate, noutatea temei.	Evaluare formativă - punctaj obținut prin evaluarea referatului/proiectului/instrumentului de cercetare, parcurgerea bibliografiei și susținerea orală a subiectelor redacționale; punctaj pe baza unei medii a prezențelor, a participării la dezbateri, a susținerii referatului/proiectului în seminar, stabilit de comun acord.	30
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Evaluarea scrisă; Rezolvarea subiectelor de examen.	Barem de notare adus la cunoștința studenților examinați.	60
- examen practic final	-	-	0
Standard minim de performanță: Este necesară întocmirea de referat/eseu/proiect pentru acces la examen. Realizarea punctajului pentru nota 5 însumează evaluarea cunoștințelor teoretice și activitatea la seminarii. Aceasta presupune participarea activă și implicarea la orele de curs și seminar, susținerea materialelor redacționale și rezolvarea a minimum jumătate dintre subiectele supuse examinării.			

11. Orar consultații studenți

Lect dr Pașcan Emil-Marius	În fiecare zi de miercuri a săptămânii, între orele 14-16.
----------------------------	--

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Educație fizică			
2.2 Titularul activităților de curs: -			
2.3 Titularul activităților practice: Lect dr Steff Zakarias			
2.4 Anul de studii: II	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: A/R	2.7 Regimul disciplinei: Obl

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 2	3.2 din care curs: 2	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 14	3.5 din care curs: 0	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe:		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren:		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri:		
- tutorial:		
- examinare:		
- alte activități:		
3.8 Total ore de studiu individual: 0		
3.9 Total ore pe semestru: 14		
3.10 Număr de credite: 2		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum: NU ESTE CAZUL
4.2 de competențe: NU ESTE CAZUL

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: -
5.2 a activităților practice: Explicitate în Regulamentul didactic al studenților din UMFST cu extinderi și particularizări în Regulamentul didactic al studenților din cadrul disciplinei -baza materială proprie UMFST sau online

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: Valorificarea informațiilor, metodelor și mijloacelor specifice educației fizice și sportului în vederea optimizării stării de sănătate și a dezvoltării fizice armonioase. - Formarea capacității de transmitere, selectare, exersare și predare a unor cunoștințe referitoare la întocmirea unor sisteme de acționare (grupe de exerciții) pentru dezvoltarea deprinderilor motrice de bază, utilitare și sportive. - Formarea capacității de exersare și predare a unor deprinderi motrice de bază, utilitare și sportive. ⇨ - Aplicarea sistemului de reguli specifice organizării și practicării activităților de educație fizică și sport și adoptarea unui comportament activităților de educație fizică și sport și adoptarea unui comportament adecvat în
--

cadrul relațiilor interpersonale și de grup. Valorificarea limbajului corporal pentru exprimarea și înțelegerea ideilor, a stărilor afective și a esteticului în general și în special a esteticului corporal.
6.2 transversale: - Utilizarea mijloacelor electronice pentru selectarea informațiilor și documentarea privind elementelor definitorii ale dezvoltării fizice și activităților motrice. - Lucru în echipă și organizarea unei activități sportive pe nivele de pregătire prin îndeplinirea rolului și atribuțiilor în cadrul echipei. - Respectare normelor de etică și deontologie profesională. ⇐ Abilități de comunicare orală și motrică prin folosirea terminologiei specifice și a mișcărilor.
6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general: -Dezvoltarea calităților motrice și extinderea fondului de deprinderi motrice de bază și sportive prin cuprinderea tuturor studenților în practicarea sistematică
7.2 Obiective specifice: - Îmbunătățirea continuă a stării de sănătate, a vigorii fizice, psihice, precum și a dezvoltării corporale armonioase. ⇐ - Dezvoltarea capacității motrice generale și îmbunătățirea condiției fizice. -Formarea deprinderilor sportive necesare în practicarea unor ramuri de sport. - Formarea capacității de practicare independent a exercițiilor fizice. -Participarea la competițiile interstudentești locale și naționale

8.1 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Lecție cu caracter organizatoric, cunoașterea colectivului, prezentarea cerințelor, repartizarea studenților pe grupe în funcție de opțiunile pe ramuri de sport	expunere, conversație	Nu este cazul	Nu este cazul	2
2	a) Atletism exersarea elementelor de bază din școala alergării, exersarea tehnicii diferitelor variante de pași alergători b) Baschet verificarea nivelului de însușire a elementelor de bază	explicație, demonstrație, exersare	Nu este cazul	Nu este cazul	2
3	Handbal verificarea nivelului de însușire a elementelor de bază, Badminton	explicație, demonstrație, exersare	Nu este cazul	Nu este cazul	2
4	a) Creșterea capacității funcționale, învățarea unor modele operaționale pentru dezvoltarea mobilității articulare la nivelul tuturor articulațiilor corpului b) Baschet perfecționarea marcajului și demarcajului în relația 1 la 1	explicație, demonstrație, exersare	Nu este cazul	Nu este cazul	2
5	a) Fotbal-joc școală, b) Volei verificarea nivelului de însușire a elementelor de bază,, Badminton	explicație, demonstrație, exersare	Nu este cazul	Nu este cazul	2
6	a) Atletism dezvoltarea forței în picioare și a detentei (variante de sărituri) b) Baschet exersarea, perfecționarea ținerii, prinderii pasării mingii a opririlor	explicație, demonstrație, exersare	Nu este cazul	Nu este cazul	2
7	Testare 2 teste motrice ce vizează calitățile motrice, la alegere / realizarea unui referat cu o temă propusă de cadrul didactic	Probe de control/referat	Nu este cazul	Nu este cazul	2

Bibliografie

- 1.Badau Dana, Badau Adela, Grancea Marius – „Fitness. Postură și mișcare”, Ed. Universității „Transilvania” din Brașov, ISBN: 978-606-19-0964-3, 2018, nr. pag: 160,
- 2.Bădău Adela, Ungur Natalia Ramona, Bădău Dana – „Activitățile fizice acvatice indoor”, Ed. Universității „Transilvania” din Brașov ISBN: 978-973-169-465-8, 2016, nr. pag: 133,.
- 3.Hantiu I. Teoria educatiei fizice si sportului, note de curs, Univ. Oradea, 2012
- 4.Macovei S. Stretching, Ed AFIS, Bucuresti, 2012
- 5.Ungur N. R., Badau A., Tehnologii inovative in volei, Ed University Press, tirgu Mures, 2015.
- 6.Laura – Edit Ciulea - Fitness și gimnastică aerobă, Editura RISOPRINT, Cluj Napoca, 2020
- 7.Vincent “Ben” Bocchicchio , Charles Barkley - 15 Minutes to Fitness: Dr. Ben's Smart Plan for Diet and Total Healt, Kindle Edition, 2017

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

- Dezvoltarea capacității de transmitere a unei opțiuni pentru o viață sănătoasă și echilibrată, prin adoptarea unui regim de activitate care să îmbine armonios efortul fizic cu cel intelectual, solicitarea cu refacerea, timpul ocupat cu timpul liber
- Disponibilitate pentru practicarea independentă a exercițiilor fizice
- Interes constant pentru fenomenul sportiv
- Valorificarea teoriilor, metodologiilor și practicilor asimilate în rezolvarea unor situații teoretic practice educaționale prin abordări interdisciplinare
- Utilizarea unui limbaj de specialitate în comunicare cu medii profesionale diferite, cu specialiștii domeniului și din domeniile conexe
- Aplicarea teoriilor și practicilor asimilate în conceperea și elaborarea de proiecte educaționale și de cercetare specifice educației fizice și sportului și interdisciplinare

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	-	-	0
- în timpul activității practice	- Probe de control - Frecvența la lectii și realizarea unui referat pe semestru cu o temă propusă de cadrul didactic pentru studenții scutiți	-Parcurgerea tuturor probelor de control. -Întocmirea a unui referat pentru fiecare semestru numai pentru studenții scutiți pentru un semestru întreg sau pe tot anul universitar	50
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Nu este cazul	Nu este cazul	0
- examen practic final	- Probe de control - Frecvența la lectii și realizarea unui referat pe semestru cu o temă propusă de cadrul didactic pentru studenții scutiți	-Parcurgerea tuturor probelor de control. -Întocmirea a unui referat pentru studenții scutiți pentru un semestru întreg sau pe tot anul universitar	50
Standard minim de performanță: 1.Evaluarea practică care constă în: 2 teste motrice Teste motrice vizând nivelul de dezvoltare al calităților motrice, se aleg dintre: săritura în lungime de pe loc, săritura pe verticală, forța muscularii abdominale (abdomene), forța muscularii spatelui (extensi) și alergare de viteză pe 30 m contra cronometru. → 2. Pentru elevi scutiți pentru întreg semestru sau anul universitar, evaluarea va consta în realizarea a câte unui referat cu tema stabilită de cadrul didactic titular, din domeniul educației fizice și sportului (aceștia nu susțin probele de control).			

11. Orar consultații studenți

Lect dr Steff Zakarias	Luni 18-19
------------------------	------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Istoria presei			
2.2 Titularul activităților de curs: Conf dr Fodor Georgeta			
2.3 Titularul activităților practice: Fodor Georgeta			
2.4 Anul de studii: II	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: E	2.7 Regimul disciplinei: Opt

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 8	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 4
3.4 Total ore din planul de învățământ: 56	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 28
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 45		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 18		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 28		
- tutorial: 0		
- examinări: 3		
- alte activități: 0		
3.8 Total ore de studiu individual: 94		
3.9 Total ore pe semestru: 150		
3.10 Număr de credite: 6		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

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

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: Acces internet
5.2 a activităților practice: Acces internet

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: C2.2 Identificarea particularităților utilizării specializate a diverselor tipuri media în comunicare C 3.1 Definirea conceptelor, teoriilor, paradigmatelor și metodologiilor utilizate în analiza comunicării.
6.2 transversale: CT1 Rezolvarea în mod realist – cu argumentare atât teoretică, cât și practică – a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora CT2 Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice
6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general: Transmiterea cunoștințelor teoretice și înțelegerea presei românești și a dinamicii textelor media
7.2 Obiective specifice: Identificarea unor texte media caracteristice unei perioade de timp analizate Înțelegerea modului în care au evoluat genurile jurnalistice

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Introducere. Valoarea și rolul istoric al presei.	Prelegere intensificata, dezbateri	-	-	2
2	Preistoria ziarelor și apariția gazetelor;	Prelegere intensificata, dezbateri	-	-	2
3	Progresele și diversificarea presei în secolele XVII-XVIII;	Prelegere intensificata, dezbateri	-	-	2
4	Presa franceză în timpul revoluției și imperiului (1789-1815);	Prelegere intensificata, dezbateri	-	-	2
5	Industrializarea și democratizarea presei de la începutul secolului al XIX-lea până în 1871;	Prelegere intensificata, dezbateri	-	-	2
6	Dezvoltarea presei populare de mare tiraj (1871-1914) .	Prelegere intensificata, dezbateri	-	-	2
7	Presa în timpul Marelui Război: propagandă și informare Studii de caz	Prelegere intensificata, dezbateri	-	-	4
8	Presa în perioada interbelică. Cenzura și propagandă în contextul ascensiunii fascismului și nazismului.	Prelegere intensificata, dezbateri	-	-	4
9	Propagandă de război: Presa în timpul celui de-al doilea Război Mondial	Prelegere intensificata, dezbateri	-	-	2
10	Războiul rece în presa de mare tiraj.	Prelegere intensificata, dezbateri	-	-	2
11	Presa contemporană și fenomenul fake news.	Prelegere, dezbateri, problematizare	-	-	2
12	Curs final: siteza și dezbateri. Viitorul presei?	Prelegere, dezbateri, problematizare	-	-	2

Bibliografie

PIERRE ALBERT, Istoria presei, București, Institutul European, 2013
Geraldine Muhlmann, A political history of journalism, Polity Press, 2008

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Seminar introductiv. Prezentarea tematicii și organizarea activităților de seminar.	Dezbateri	-	-	2
2	Începuturile presei române.	Dezbateri, problematizare	-	-	2
3	Presa românească în sec. al XIX-lea (TRANSILVANIA, MOLDOVA, ȚARA ROMÂNEASCĂ). PRESA CLERICALĂ. PRESA LAICĂ. PRESA CULTURALĂ.	Dezbateri, problematizare	-	-	2
4	Presa cultural-politică a generației de la 1848. Dacia literară. Magazin istoric pentru Dacia.	Dezbateri, problematizare	-	-	2
5	Presa de la Unire până la Războiul de Independență	Dezbateri, problematizare	-	-	2
6	Presa românească din Transilvania. Politică, naționalism, loisir	Dezbateri, problematizare	-	-	6
7	Presa românească la începutul secolului XX	Dezbateri, problematizare	-	-	2
8	Marele Război reflectat în presa românească.	Dezbateri, problematizare	-	-	2

9	Specificul presei în România interbelică. (1918-1944). PRESA POLITICĂ. PRESA CULTURALĂ. CONDIȚIA JURNALISTULUI. RAPORTUL DINTRE JURNALIST ȘI OMUL POLITIC. INTELECTUALII ȘI PRESA.	Dezbateri, problematizare	-	-	4
10	Presa în perioada comunistă.(ETAPE. PUBLICAȚII. ÎNTRE PRESIUNEA IDEOLOGICĂ ȘI MENȚINEREA MINIMULUI STATUT DEONTOLOGIC. (1945-1989))	Dezbateri, problematizare	-	-	4

Bibliografie

PAMFIL ȘEICARU, ISTORIA PRESEI, EDITURA PARALELA 45, PITEȘTI, 2007.

VICTOR VIȘINESCU, O ISTORIE A PRESEI ROMÂNEȘTI, EDITURA VICTOR, BUCUREȘTI, 2000.

GEORGETA RĂDUICĂ, NICOLIN RĂDUICĂ, DICȚIONARUL PRESEI ROMÂNEȘTI (1731-1918), EDITURA ȘTIINȚIFICĂ, BUCUREȘTI, 1995.

<http://dspace.bcucuj.ro/handle/123456789/3>

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

https://jurnalismovidius.files.wordpress.com/2019/02/jii_istoria-presei_sem-ii.pdf

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Definirea în mod corect a noțiunilor privind comunicarea prin intermediul media și specificul genurilor presei, analizarea și interpretarea materialului specific comunicării mass-media. Exprimarea și susținerea unui punct de vedere argumentat privitor la o anumită tematică sau problematică specifică acestei discipline de studiu.	Evaluare formativă, orală – discuția dirijată - aprecierea activismului, implicarea și participarea la dialog.	10
- în timpul activității practice	Întocmirea și prezentarea unui referat/ eseu/ proiect din tematica disciplinei. Abilitatea științifică de documentare, a studiilor de caz abordate, noutatea temei.	Evaluare formativă - punctaj obținut prin evaluarea referatului/proiectului/instrumentului de cercetare, parcurgerea bibliografiei și susținerea orală a subiectelor redacționale; punctaj pe baza unei medii a prezențelor, a participării la dezbateri, a susținerii referatului/proiectului în seminar, stabilit de comun acord.	30
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Evaluarea scrisă; Rezolvarea subiectelor de examen.	Barem de notare adus la cunoștința studenților examinați.	60
- examen practic final	-	-	0

Standard minim de performanță:

Recunoașterea principalelor etape de evoluție a presei de la formatul clasic, print, radio și televiziune tradiționale, la presa digitală online și social media, implicit în privința mutațiilor și adaptării genurilor presei la evoluția tehnologiei de comunicare.

Este necesară întocmirea de referat/eseu/proiect pentru acces la examen. Realizarea punctajului pentru nota 5 însumează evaluarea cunoștințelor teoretice și activitatea la seminare. Aceasta presupune participarea activă și implicarea la orele de curs și seminar, susținerea materialelor redacționale și rezolvarea a minimum jumătate dintre subiectele supuse examinării.

11. Orar consultații studenți

Conf dr Fodor Georgeta	Luni 16-18
------------------------	------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Genurile presei			
2.2 Titularul activităților de curs: Lect dr Pașcan Emil-Marius			
2.3 Titularul activităților practice: lect. dr. Marius Pașcan			
2.4 Anul de studii: II	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: E	2.7 Regimul disciplinei: Opt

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 8	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 4
3.4 Total ore din planul de învățământ: 56	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 28
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 45		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 18		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 28		
- tutorial: 0		
- examinări: 3		
- alte activități: 0		
3.8 Total ore de studiu individual: 94		
3.9 Total ore pe semestru: 150		
3.10 Număr de credite: 6		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
Sală dotată cu echipament multimedia
5.2 a activităților practice:
Sală dotată cu echipament multimedia

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
CP 4. Realizarea și promovarea unui produs de relații publice;
CP 4.1. Identificarea conceptelor și metodelor adecvate dezvoltării unui produs de RP.
CP 4.2 Explicarea și interpretarea unui eveniment de RP din perspectiva planificării lui strategice.
CP 4.3 Utilizarea unor cadre metodologice adecvate realizării unui produs de RP.
CP 4.4. Validarea programelor și produselor de RP prin tehnici de evaluare specifice.
CP 4.5. Elaborarea documentației pentru prezentarea unui produs RP.
CP 2. Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC);

6.2 transversale:

CT1. Rezolvarea în mod realist, cu argumentare atât teoretică, cât și practică, a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora;

CT2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice;

CT3. Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii.

6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:

Obiectivul general al cursului Genurile presei urmărește însușirea de către studenți a cunoștințelor de bază vizând identificarea, specificul și operarea cu diverse genuri și producții jurnalistice, totodată aprofundarea conceperii, redactării și editării de texte pe baza regulilor publicistice, în diverse formate media.

Studenții învață:

- să facă o deosebire clară între jurnalismul de informare și cel de opinie,
- să înțeleagă specificul genurilor presei,
- să știe să definească și să utilizeze fiecare gen în parte,
- să fie capabili să decidă rapid care este genul jurnalistic cel mai potrivit pentru a mediatiza un eveniment anume.

Seminarul va avea obiectivul de a utiliza efectiv, de a pune în practică cunoștințele obținute la curs.

7.2 Obiective specifice:

Însușirea deprinderilor, a tehnicilor specifice necesare comunicatorului, PR-istului, jurnalistului, purtătorului de cuvânt în elaborarea și „ambalarea” producției jurnalistice.

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Opera jurnalistică - un mesaj transmis în diferite forme și genuri	Prelegere, exemplificare, interacțiune, dialog	-	-	2
2	Metode și genuri de exprimare	Prelegere, exemplificare, interacțiune, dialog	-	-	2
3	Discursul faptelor, știrile, și materializarea lor diversă ca producții publicistice	Prelegere, exemplificare, interacțiune, dialog	-	-	2
4	Tehnici elementare de concepere a materialelor de presă	Prelegere, exemplificare, interacțiune, dialog	-	-	2
5	Interviul și specificitățile sale	Prelegere, exemplificare, dialog, interacțiune	-	-	2
6	Reportajul de la genul clasic la metamorfozele moderne	Prelegere, exemplificare, dialog, interacțiune	-	-	2
7	Ancheta jurnalistică	Prelegere, exemplificare, dialog, interacțiune	-	-	2
8	Portretul și comentariul	Prelegere, exemplificare, dialog, interacțiune	-	-	2
9	Articolul de fond și editorialul	Prelegere, exemplificare, dialog, interacțiune	-	-	2
10	Foiletonul și pamfletul	Prelegere, exemplificare, dialog, interacțiune	-	-	2
11	Cronica și tipologiile sale	Prelegere, exemplificare, dialog, interacțiune	-	-	2
12	Noi genuri utilizate prin comunicarea online și social media	Prelegere, exemplificare, dialog, interacțiune	-	-	2
13	Jurnalismul de opinie - jurnalismul de interpretare	Prelegere, exemplificare, dialog, interacțiune	-	-	2
14	Eseul - un gen publicistic elitist	Prelegere, exemplificare, dialog, interacțiune	-	-	2

Bibliografie

Delia Gavrilu Oprea – Tipologia textului jurnalistic în presa românească actuală, prefată de Dorin Popa, Institutul European, București, 2018 – Cap. 3 Presa în spațiul cultural european și diversificarea genurilor în diacronie, pp. 101 - 124

Bălășescu Mădălina, Producția de televiziune-strategii, principii, tehnici, editura Tritonic, București, 2015

Grigore Lazarovici, Antologie de texte jurnalistice: genuri ale presei scrise, Casa Cărții de Știință, București, 2013

McQuail, D., Deuze, M., McQuail's Media and Mass Communication Theory, ed VII, 2020, pp. 400-413 (cap. 13 „Media genres, formats and texts”)

Răduță, Magda (ed.), „Îi urăsc, mă!” O antologie a pamfletului. De la cronicarii munteni la Pamfil Șeicaru, Editura Humanitas București, 2017, pp. 17-33.

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Știrea, reguli, concepție, tipologia știrilor	Aplicații practice, exerciții demonstrative, lecturi, dezbateri	-	-	2
2	Scrierea unui articol, realizarea unui material specific comunicării jurnalistice	Aplicații practice, exerciții demonstrative, lecturi, dezbateri	-	-	2
3	Reportajul și relatarea de presă, tipologii	Aplicații practice, exerciții demonstrative, lecturi, dezbateri	-	-	2
4	Ancheta de presă, tehnici de realizare, documentare, responsabilități	Aplicații practice, exerciții demonstrative, lecturi, dezbateri	-	-	2
5	Editorialul, comentariul, analiza jurnalistică	Aplicații practice, exerciții demonstrative, lecturi, dezbateri	-	-	2
6	Genurile specifice agenției de presă	Aplicații practice, exerciții demonstrative, lecturi, dezbateri	-	-	2
7	Interviul	Aplicații practice, exerciții demonstrative, lecturi, dezbateri	-	-	2
8	Satira și pamfletul	Aplicații practice, exerciții demonstrative, lecturi, dezbateri	-	-	2
9	Foiletonul	Aplicații practice, exerciții demonstrative, lecturi, dezbateri	-	-	2
10	Portretul, comentariul	Aplicații practice, exerciții demonstrative, lecturi, dezbateri	-	-	2
11	Editorialul, articolul de fond	Aplicații practice, exerciții demonstrative, lecturi, dezbateri	-	-	2
12	Cronica și genurile de interferență	Aplicații practice, exerciții demonstrative, lecturi, dezbateri	-	-	2
13	Jurnalism de informare vs. Jurnalism de opinie	Aplicații practice, exerciții demonstrative, lecturi, dezbateri	-	-	2
14	Aplicație: analiză comparativă între dinamica genurilor presei scrise pentru print și cea din online	Aplicații practice, exerciții demonstrative, lecturi, dezbateri	-	-	2

Bibliografie

Grigore Lazarovici, Antologie de texte jurnalistice: genuri ale presei scrise, Casa Cărții de Știință, București, 2013

Taylor, J., Redactarea unui reportaj bun. Tipologia reportajului, în Keeble, Richard (coord.), Presa scrisă. O introducere critică, Iasi, Polirom, 2009

Lucas, S., Stob, P., „The art of public speaking. Thirteenth edition” New York, NY: McGraw Hill Education, 2019

Wilcox, Dennis L.; Reber, Bryan H., „Public relations: writing and media techniques”, Harlow: Pearson, 2014

Hilliard, Robert L., „Writing for Television, Radio, and New Media”, Cengage Series in Broadcast and Production, New York, 2014

De Burgh, H. (coord.), Jurnalismul de investigație. Context si practică, Cluj-Napoca, Limes, 2006

Preda, S., Jurnalismul cultural si de opinie, Iasi, Polirom, 2006

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

Conținutul disciplinei este corelat și subsumat provocărilor practice și concrete instituționale, conform așteptărilor de pe piața muncii, comunicării publice și nevoii de relaționare eficientă cu și prin mass-media.

Pregătirea și activitățile practice desfășurate în spațiul comunicării sunt corelate cu oportunitățile, mijloacele tehnice, precum și cu diversitatea canalelor și a genurilor de comunicare, repere fundamentale în dobândirea competențelor specifice profesionistului din relații publice.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Definirea în mod corect a noțiunilor privind comunicarea prin intermediul media și specificul genurilor presei, analizarea și interpretarea materialului specific comunicării mass-media. Exprimarea și susținerea unui punct de vedere argumentat privitor la o anumită tematică sau problematică specifică acestei discipline de studiu.	Evaluare formativă, orală – discuția dirijată - aprecierea activismului, implicarea și participarea la dialog.	10
- în timpul activității practice	Întocmirea și prezentarea unui referat/ eseu/ proiect din tematica disciplinei. Abilitatea științifică de documentare, a studiilor de caz abordate, noutatea temei.	Evaluare formativă - punctaj obținut prin evaluarea referatului/proiectului/instrumentului de cercetare, parcurgerea bibliografiei și susținerea orală a subiectelor redacționale; punctaj pe baza unei medii a prezențelor, a participării la dezbateri, a susținerii referatului/proiectului în seminar, stabilit de comun acord.	30
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Evaluarea scrisă; Rezolvarea subiectelor de examen.	Barem de notare adus la cunoștința studenților examinați.	60
- examen practic final	-	-	0
Standard minim de performanță: Recunoașterea principalelor etape de evoluție a presei de la formatul clasic, print, radio și televiziune tradiționale, la presa digitală online și social media, implicit în privința mutațiilor și adaptării genurilor presei la evoluția tehnologiei de comunicare. Este necesară întocmirea de referat/eseu/proiect pentru acces la examen. Realizarea punctajului pentru nota 5 însumează evaluarea cunoștințelor teoretice și activitatea la seminare. Aceasta presupune participarea activă și implicarea la orele de curs și seminar, susținerea materialelor redacționale și rezolvarea a minimum jumătate dintre subiectele supuse examinării.			

11. Orar consultații studenți

Lect dr Pașcan Emil-Marius	În fiecare zi de miercuri a săptămânii, între orele 14-16.
----------------------------	--

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Elaborarea de produse de relații publice			
2.2 Titularul activităților de curs: Lect dr Sigmirean Corneliu-Cezar			
2.3 Titularul activităților practice: Cezar Sigmirean			
2.4 Anul de studii: II	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: E	2.7 Regimul disciplinei: Obl

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 8	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 4
3.4 Total ore din planul de învățământ: 56	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 28
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 50		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 15		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 15		
- tutorial: 4		
- examinări: 10		
- alte activități: 0		
3.8 Total ore de studiu individual: 94		
3.9 Total ore pe semestru: 150		
3.10 Număr de credite: 6		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum: Introducere în publicitate; Editare de texte în limbaje specializate; Elaborarea unui produs de relații publice cu ajutorul calculatorului & al mijloacelor audio-video
4.2 de competențe: Definirea aspectelor teoretice și exemplificarea practică prin raportarea concretă a discursului publicitar, având ca obiectiv analiza și crearea produsului destinat publicității.

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: Li se va asigura studenților vizualizarea modelelor publicitare supuse analizei, precum și un cadru adecvat elaborării discursului publicitar (comunicare media)/ domeniu de activitate.
5.2 a activităților practice: Termenul predării portofoliului ce va conține discurs publicitar analizat din perspectiva titlului și a expresiei publicitare, precum și propunerea unui produs publicitar personal.

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: C2.1 Identificarea și înțelegerea teoriilor cu privire la gestiunea informațiilor, comunicarea mediatică, sistemele media, dinamica acestora și la efectele comunicării mediatice. C2.2 Identificarea particularităților utilizării specializate a diverselor tipuri media în comunicare. C2.3 Utilizarea tehnologiilor adecvate în realizarea și comunicarea profesionalizată a diverselor produse de informare, cu respectarea dreptului publicului de a fi informat corect. C2.4 Utilizarea unor criterii și metode standard de evaluare a calității și limitelor folosirii diverselor tehnologii în

cadrul unor acte concrete de informare și comunicare.. C2.5 Realizarea de portofolii cu privire la dimensiunea mediatică a unui act de informare și/ sau comunicare profesionalizată. - Întocmirea unui plan de folosire a noilor tehnologii informaționale și media pentru un proiect concret de gestiune a informației și/ sau de comunicare profesionalizată. C 4.1. Identificarea conceptelor și metodelor adecvate dezvoltării unui produs de RP. C4.2 Explicarea și interpretarea unui eveniment de RP din perspectiva planificării lui strategice. C 4.3 Utilizarea unor cadre metodologice adecvate realizării unui produs de RP. C 4.4. Validarea programelor și produselor de RP prin tehnici de evaluare specifice. C 4.5. Elaborarea documentației pentru prezentarea unui produs RP. - Prezentarea unui produs realizat în cadrul practicii profesionale.
6.2 transversale: CT3 Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii. Standarde minime de performanță pentru evaluarea competenței: Identificarea nevoii de formare profesională și realizarea unui plan de carieră, prin utilizarea resurselor informaționale.
6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general: Competențe generale și specifice: capacitate de a empatiza cu mediul social; abilitatea de a percepe corect și de a exploata eficient tendințele sociale, politice și economice de imagine și conținut; capacitate de asimilare critică, prelucrare și exploatare a informației teoretice
7.2 Obiective specifice: Obiective: stăpânirea resurselor limbajului verbal în comunicarea scrisă; elaborarea unui produs publicitar; aplicarea cunoștințelor de limbă română în redactarea materialelor publicitare; dezvoltarea abilităților de PR; dezvoltarea capacităților de comunicare interpersonală, inter-instituțională, interculturală și internațională. Formarea de competențe specifice disciplinei, precum: - - competențe cognitive: cunoașterea structurii unui produs publicitar (logo, marcă; slogan; afiș publicitar, reclamă, spot): titlu și expresie publicitară; cunoașterea și folosirea corectă a tropilor în creația și producția publicitară; - - competențe tehnice sau profesionale: cunoașterea și aplicarea în redactarea discursului de orice tip a normelor privitoare la întrebuintarea la nivel sintagmatic atât a proprietății cuvintelor și a sensurilor figurative, cât și a tehnicilor retorice; conștientizarea și însușirea modelelor de comunicare media – discursul publicitar și/ sau jurnalistic; implicarea în activități de corectare, redactare a discursului în limba română (ex. la serviciul de publicitate în cadrul unei instituții; la redacția unor cotidiane); - - competențe volitiv-afective: manifestarea atitudinii pozitive pentru creația și producția publicitară; cultivarea dorinței de exprimare corectă în limbile română și engleză prin conștientizarea exercițiului gramatical; stimularea, formarea și promovarea atitudinii pozitive având ca obiectiv crearea unui produs publicitar; valorificare optimă și creativă a propriului potențial în crearea discursului publicitar.

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Introducere în conceptul de relații publice: teoria relațiilor publice, modele, rolurile și etica relațiilor publice.	Prelegere	2 activități	-	4
2	Elemente de bază în conceperea și realizarea unor produse de relații publice	Prelegere	1 activitate	-	2
3	Norme de editare și tehnoredactare în elaborarea unui produs de relații publice: alegerea fonturilor, alinierea, fundalurile, designul grafic etc	Prelegere	2 activități	-	4
4	Strategia de Relații Publice - campania integrată, adaptarea produsului de relații publice la mediul în care este distribuit.	Prelegere	2 activități	-	4
5	Elaborarea unui produs de relații publice în media digitale	Prelegere	2 activități	-	4
6	Aplicabilitatea unui produs de relații publice, în diverse domenii și industrii: educațional, sportiv, financiar, start-up-urilor ș.a	Prelegere	2 activități	-	4
7	Evaluarea unui produs de relații publice	Prelegere	1 activitate	-	2
8	Rolul relațiilor publice în procesul de repoziționare a unei companii	Prelegere	2 activități	-	4

Bibliografie

1. Bernard Dagenais, Profesia de relaționist, trad. de Anca-Magdalena Frumușani, Editura Polirom, Iași 2002.

2. Paul Dobrescu, Alina Bărgăuanu, Nicoleta Corbu, Istoria comunicării, Editura Comunicare.ro, București, 2007.
3. Scott M. Cutlip, Aleen H. Center, Glen M. Broom, Relații publice eficiente, ediție îngrijită de Lucian Pricop, postfață la ediția română de Remus Pricopie, ediția a IX-a, București, Editura Comunicare.ro, 2010.
4. Edward R. Bernays, Cristalizarea opiniei publice, traducere de Florin Paraschiv, cuvânt înainte de Florin Dumitrescu, studiu introductiv de Remus Pricopie, Editura Comunicare.ro, București, 2003.
5. Valerică Dabu, Dreptul comunicării sociale, Editura Comunicare.ro, București, 2001.
6. Ion Chiciudean, Valeriu Țoneș, Gestionarea crizelor de imagine, Editura Comunicare.ro, București, 2002;
7. Cristina Coman, Relațiile publice. Principii și strategii, Editura Polirom, Iași, 2001;
8. Bogdan-Alexandru Halic și Ion Chiciudean, Analiza imaginii organizațiilor, Editura Comunicare.ro, București, 2004;
9. Haineș, Rosemarie, Imaginea instituțională, Editura Tribuna Economică, București, 2003;

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Identificarea de produse de relații publice, în campaniile de comunicare a unor branduri locale, naționale și internaționale	Activități aplicative	1 activitate	-	2
2	Dezvoltarea unei campanii integrate de relații publice pentru un brand.	Activități aplicative	2 activități	-	4
3	Relații Publice prin media digitale - acțiuni de media buying pe platforme online	Activități aplicative	2 activități	-	4
4	Relații Publice prin intermediul rețelelor de socializare: Facebook, LinkedIn, Youtube, Instagram.	Activități aplicative	2 activități	-	4
5	Relații Publice prin asocierea cu un influencer	Activități aplicative	2 activități	-	4
6	Elaborarea unui produs de PR în domeniul educațional	Activități aplicative	1 activitate	-	2
7	Elaborarea unui produs de PR în domeniul sportiv	Activități aplicative	1 activitate	-	2
8	Elaborarea unui produs de PR în domeniul financiar	Activități aplicative	1 activitate	-	2
9	Elaborarea unui produs de PR în strategia de comunicare a unui start-up	Activități aplicative	1 activitate	-	2
10	Evaluarea ratei de succes a unei campanii de relații publice.	Activități aplicative	1 activitate	-	2

Bibliografie

Bibliografie

1. Olins, Wally, Noul ghid de identitate. Cum se creează și se susține schimbarea prin managementul identității, Editura comunicare.ro, București, 2004;
2. Pricopie, Remus, Relațiile publice. Evoluție și perspective, Editura Tritonic, București, 2004;
3. Rogojinaru, Adela, Relațiile publice. Fundamente interdisciplinare, Editura Tritonic, București, 2005;
4. Dumitru Iacob, Diana-Maria Cismaru, Remus Pricopie, Relațiile publice. Coeziune și eficiență prin comunicare, Editura Comunicare.ro, București, 2011.
5. Mihai Coman și colectiv, Manual de Jurnalism, Editura Polirom, Iași 1990.
6. Scott M. Cutlip, Aleen H. Center, Glen M. Broom, Relații publice eficiente, ediție îngrijită de Lucian Pricop, postfață la ediția română de Remus Pricopie, ediția a IX-a, București, Editura Comunicare.ro, 2010.
7. Eugeniu Nistor, Introducere în filosofia comunicării și a relațiilor publice, cu focalizare pe aspectele de criză, Editura Universității "Petru Maior", 2011.
8. George David, Tehnici de relații publice. Comunicarea cu mass-media, Editura Polirom, Iași, 2008.
9. Peter Brielmaier, Eberhard Wolf, Ghid de tehnoredactare. Punerea în pagină a ziarelor și revistelor, trad. de Viaceslav Odobescu, Editura Polirom, Iași, 1999.
10. Doug Newsom, Jim Haynes, Redactarea materialelor de relații publice, ediția a III-a, revăzută și adăugită, trad. Dana Ligia Ilin, Editura Polirom, Iași, 2011.
11. Mihai Coman (coordonator), Manual de jurnalism. Tehnici fundamentale de redactare, Editura Polirom, Iași, 1997.

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

-

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere
----------------	----------------------	--------------------	---------

			din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	-	-	0
- în timpul activității practice	Cunoștințe teoretice și aplicative	Implicarea la dezbaterile organizate la seminar, pe baza lecturii recomandate, cât și a cursului predat	30
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Cunoștințe teoretice și aplicative	Examen	50
- examen practic final	Cunoștințe teoretice și aplicative	Proiect	20
Standard minim de performanță:			
-			

11. Orar consultații studenți

Lect dr Sigmirean Corneliu-Cezar	Marți, de la 10-14
----------------------------------	--------------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Semiotică			
2.2 Titularul activităților de curs: Conf dr Szekeley Eva-Monica			
2.3 Titularul activităților practice: Conf. dr. SZEKELY Eva Monica			
2.4 Anul de studii: II	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: E	2.7 Regimul disciplinei: Obl

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 8	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 4
3.4 Total ore din planul de învățământ: 56	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 28
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 14		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 28		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 14		
- tutorial: 3		
- examinări: 8		
- alte activități: 2		
3.8 Total ore de studiu individual: 69		
3.9 Total ore pe semestru: 125		
3.10 Număr de credite: 5		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
-
5.2 a activităților practice:
-

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
C 1. Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul Științelor comunicării
C 1.2 Explicarea conceptuală a situațiilor de comunicare și a problemelor de specialitate în domeniu.
C2.2 Identificarea particularităților utilizării specializate a diverselor tipuri media în comunicare.
C2.5 Realizarea de portofolii cu privire la dimensiunea mediatică a unui act de informare și/ sau comunicare profesionalizată.
C 3. Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în procesul de relații publice
C 3.4 Identificarea și utilizarea unor tehnici și indicatori relevanți pentru monitorizarea și evaluarea proceselor de comunicare.
C 3.5 Elaborarea unui plan de comunicare eficientă în situații definite de comunicare publică.

- Prezentarea rezultatelor unei cercetări de relații publice într-un format standard de comunicare. C 4. Realizarea și promovarea unui produs de relații publice C4.2 Explicarea și interpretarea unui eveniment de RP din perspectiva planificării lui strategice. C 5. Asistență de specialitate în gestionarea comunicării de criză și/ sau medierea conflictelor de comunicare C 5.2 Utilizarea instrumentarului retoric, argumentativ și semiotic pentru înlăturarea unor disfuncționalități în comunicare și/ sau mediere.
6.2 transversale: CT1 Rezolvarea în mod realist – cu argumentare atât teoretică, cât și practică – a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora. Standarde minime de performanță pentru evaluarea competenței: Elaborarea unui proiect sau cel puțin a unei părți a unui asemenea proiect, aplicând atât cunoștințe, teorii și metode de diagnoză și intervenție, cât și norme și principii de etică profesională. CT3 Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii. Standarde minime de performanță pentru evaluarea competenței: Identificarea nevoii de formare profesională și realizarea unui plan de carieră, prin utilizarea resurselor informaționale
6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general: Aplicarea conceptelor, a teoriilor, a paradigmatelor și a metodelor de comunicare interpersonală și de grup la analiza sistemului mass-media și a procesului de relații publice (RP) dând dovadă de o foarte bună stăpânire a resurselor limbajului verbal, paraverbal și nonverbal în comunicare
7.2 Obiective specifice: O.1. Tratarea comunicării media și a relațiilor publice din perspectiva unor parametri interdisciplinari și transdisciplinari O2. Adecvarea strategiilor, a valorilor și a atitudinilor civice, interpersonale, interculturale și sociale în gestionarea comunicării de criză și/sau în medierea conflictelor de comunicare O3. Utilizarea instrumentarului retoric, argumentativ și semiotic pentru identificarea unor disfuncționalități în comunicarea mass-media și RP și eliminarea acestora

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Semiotica și modurile de expresie/ limbaje. VASK/ Vizual/Auditiv/Senzorial/Kinestezic. Creația de texte multimodale/ video/ filmul artistic/ documentar. Fotojurnalismul și videojurnalismul.	Prelegerea, prelegerea cu oponent, studiul individual, exercițiul, problematizarea, multimedia storytelling	-	-	2
2	"Știința vieții semnelor în interiorul vieții sociale" – semiotica aplicată. Perspectivă diacronică asupra semioticii. Definiții și domenii de studiu.	Prelegerea, prelegerea cu oponent, studiul individual, exercițiul, problematizarea	-	-	2
3	De la Ferdinand de Saussure și modelul diadic al semnului la Charles Sanders Pierce și modelul triadic al semnului.	Prelegerea, prelegerea cu oponent, studiul individual, exercițiul, problematizarea, simularea, jocul de rol	-	-	2
4	Semioza ilimitată. Deconstrucția și reconstrucția semnului. De la antropologie și Claude Lévi-Strauss la Roland Barthes. Poststructuralism și deconstructivism la Jacques Derrida.	Prelegerea, prelegerea cu oponent, studiul individual, problematizarea, exercițiul, simularea, jocul de rol	-	-	2
5	Charles Sanders Pierce. Raționamentul de tip inductiv, deductiv și abductiv.	Exercițiul, problematizarea, demonstrația, prelegerea cu oponent, simularea, jocul de rol, studiul de caz	-	-	2
6	Charles Sanders Peirce. Modelul triadic al semnului. Tipologii ale semnelor. Semne, ațiune și semnificație.	Exercițiul, problematizarea, demonstrația, prelegerea cu oponent, simularea, jocul de rol, studiul de caz	-	-	2
7	Modele ale semnului iconic. Modelul lui Roland Barthes. Modelul semnului iconic vizual – Grupul μ. Mesajul lingvistic vs mesajul vizual vs mesajul simbolic.	Exercițiul, problematizarea, demonstrația, prelegerea cu oponent, simularea, jocul de rol, dezbateră	-	-	2
8	Abordarea semiotică a metaforei și „fluxul cognitiv”. Metafora ca simbioză între modul rațional și afectiv de exprimare a mesajului	Problematizarea, prelegerea, prelegerea cu oponent, exercițiul, demonstrația, explicația, eseu de 5 minute	-	-	4

9	Umberto Eco și Roland Barthes – dincolo de iconicitate. Modele ale semnelor.	Problematizarea, prelegerea, prelegerea cu oponent, exercițiul, demonstrația, explicația, eseul de 5 minute	-	-	2
10	Tipologia modurilor de producere a semnelor. Funcția-semn.	Problematizarea, prelegerea, prelegerea cu oponent, exercițiul, demonstrația, explicația, eseul de 5 minute	-	-	2
11	Școala semiotică de la Paris. De la semiotica acțiunii la semiotica pasiunii. Modele semiotice în discursul public/ discursul politic	Problematizarea, prelegerea, prelegerea cu oponent, exercițiul, demonstrația, explicația, studiul în perechi	-	-	4
12	Semiotica socială. Text și ilustrație. Sisteme semiotice: participanți reprezentați, compoziția, modalitatea, participanți interactivi. Rolul semioticii sociale în imaginea corporatistă. Rolul semioticii în reprezentarea socială	Problematizarea, prelegerea, prelegerea cu oponent, exercițiul, demonstrația, explicația, diagrama Venn, jurnalul dublu	-	-	2

Bibliografie

[I] Bibliografie obligatorie:

1. Cmeciu, Camelia-Mihaela, Semiotică aplicată/
<http://www.univ-danubius.ro/Documente/comunicare/subiecte%20semiotica%20modele%20de%20analiza.pdf>
2. Cmeciu, Camelia-Mihaela, Strategii în discursul politic, 2015;
3. SZEKELY, Eva Monica, Modelul semiotic de (re)lectură și interpretare, în Competența de (re)lectură. Experiențe în viziune integrată (Teză de doctorat), pp. 13-48, 77-116, ANEXE (pp. 211-326)
4. SZEKELY Eva Monica, Arta de a construi scurte producții video (Metoda VASK), în Buletin Științific, Seria A, vol. XXII, Fascicula Pedagogie. Psihologie. Metodică, UTPRESS, Universitatea Tehnică Cluj-Napoca, 2022, ISSN 1454-9352, pp. 138-152
<https://dspp.utcluj.ro/files/Publicatii/Buleti%20stiintific%20XXII.pdf>

[II] Bibliografie facultativă:

Boboc, Alexandru, Sudii de logică, filosofie și semiotică (2019), Editura Academiei Române, București

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Tipuri de semne: indici, semnale și simboluri. VASK/ Vizual/Auditiv/Senzorial/Kinestezic. Creația de texte multimodale/ video/ filmul artistic/ documentar. Foto/ și videojurnalism.	Exercițiul, demonstrația, explicația, problematizarea, teste de (auto)evaluare 1. Analiza semiotică a unui film video de 3 minute, creat/ cu scenariu, regie, actori în grupuri de 5 studenți 2. Studiu de caz/ Joc de rol/ scenariu/ actori/ cameramani etc.	-	-	2
2	Povestea și momentele subiectului. Story in 3 pictures. Expozitiunea/ descrierea/ cine/unde/când (1); Conflictul/ lipsa/ factorul perturbator (2)/ Acțiune/ Personaje/ Dialog (3)/ Punct culminant (4)/ Deznodământ/ rezolvarea conflictului (5)	Exercițiul, demonstrația, explicația, problematizarea, teste de (auto)evaluare 1. Analiza semiotică a unui model de discurs public/ reprezentant al imaginii unei organizații și/ sau purtător de cuvânt (minim 9 concepte din curs/ cursuri) 2. Studiu de caz/ Joc de rol/ discurs public. „Eu și ...”	-	-	2
3	Înțelesul convențional al semnelor. Seturi de coduri. Analiza semiotică (de la generare, codificare, transmitere, decodificare și interpretare) - raportate la aceeași poveste/problematică, în contexte diferite, din perspectiva codurilor utilizate (coduri sociale, coduri textuale, coduri interpretative).	1. Analiza semiotică a unui model de discurs publicitar/ film video reprezentant al imaginii unei organizații și/ sau agenție de publicitate (minim 9 concepte interconectate din curs/ cursuri) 2. Studiu de caz/ Joc de rol/ discurs public. „Eu și ...”	-	-	2

4	Modelul comunicativ/ Context/ temă/ subiect/ (cu aplicație prioritară la modelul lui Roman Jakobson. Funcțiile limbajului. Indicatori și mărci pentru persuasiune și manipulare în diverse produse media și de PR (I).	1. Analiza semiotică a unui model de discurs public/ reprezentant al imaginii unei organizații și/ sau jurnalist de presă scrisă (minim 9 concepte interconectate din curs/ cursuri) 2. Studiu de caz/ Joc de rol/: discurs public. „Eu și ...”	-	-	2
5	Funcțiile limbajului. Indicatori și mărci pentru persuasiune și manipulare în diverse produse media și de PR (II).	prezentări multimedia, analiză semiotică, simulare, joc de rol	-	-	2
6	Film video/fotojurnalism/ videojurnalism/ analiza discursului jurnalistic (cu aplicație și la modelele anterioare, dar prioritar la modelul Charles Sanders Peirce. Specii ale inferenței: inducția, deducția și abducția.	1. Analiza semiotică a unui model de discurs public/ reprezentant al imaginii unei organizații și/ sau jurnalist de presă scrisă (minim 9 concepte interconectate din curs/ cursuri) 2. Studiu de caz/ Joc de rol/: discurs public. „Eu și ...”	-	-	2
7	Modelul triadic al semnului aplicat la diverse produse și servicii de media și PR. Trihotomii ale semnelor.	1. Analiza semiotică a unui model de discurs public/ reprezentant al imaginii unei organizații și/ sau jurnalist de presă scrisă (minim 9 concepte interconectate din curs/ cursuri) 2. Studiu de caz/ Joc de rol/: discurs public. „Eu și ...”	-	-	2
8	Fotojurnalism/ videojurnalism/ Radio/ TV (cu aplicație și la modelele anterioare, îndeosebi la Modele ale semnului iconic. Roland Barthes). Cât adevăr și câtă invenție ascunde o simplă fotografie?	prezentări multimedia, analiză semiotică, simulare, joc de rol	-	-	2
9	Mesaj lingvistic, mesaj iconic și mesaj simbolic în diverse imagini dintr-o campanie publicitară / de PR	1. Analiza semiotică a unui model de discurs public/ reprezentant al imaginii unei organizații și/ sau jurnalist de presă scrisă (minim 9 concepte interconectate din curs/ cursuri) 2. Studiu de caz/ Joc de rol/: discurs public. „Eu și ...”	-	-	2
10	Fotojurnalism/ videojurnalism/ storytelling (cu aplicație îndeosebi la modelul Metafora conceptuală (George Lakoff & Mark Johnson) / o sinteză experiențialistă, dar și la tipologia metaforelor vizuale. (Grupul μ: Francis Edeline, Jean-Marie Klinkenberg, Philippe Miguët). Izotopia, alotopia, principiul cooperării, relația dialectală și / sau la modelele anterioare.	prezentări multimedia, analiză semiotică, simulare, joc de rol	-	-	4
11	Modelul actanțial în discursul politic. Moduri de reprezentare a identității. Careul semiotic. Fotojurnalism/ videojurnalism / analiză de scurt film video realizat în grup (cu deosebire pe o campanie de presă, modelele semiotica acțiunii vs. semiotica pasiunii; Școala semiotică de la Paris.	1. Analiza semiotică a unui model de discurs public/ reprezentant al imaginii unei organizații și/ sau jurnalist de presă scrisă (minim 9 concepte interconectate din curs/ cursuri) 2. Studiu de caz/ Joc de rol/: discurs public. „Eu și ...”	-	-	2
12	Modelul actanțial și schema narativă cu șase roluri. (Greimas). Fotojurnalismul/ videojurnalismul/ discursul publicistic/ mediatic Radio_TV/ Semiotica socială. Resurse semiotice („semnificanți, acțiuni și obiecte observabile”) folosite în contexte istorice, culturale și instituționale. Text/ilustrație/ efecte vizuale/ efecte sonore.	prezentări multimedia, analiză semiotică, simulare, joc de rol	-	-	4

Bibliografie

[I] Bibliografie obligatorie:

1. Cmeciu, Camelia-Mihaela, Semiotică aplicată/
<http://www.univ-danubius.ro/Documente/comunicare/subiecte%20semiotica%20modele%20de%20analiza.pdf>
2. Cmeciu, Camelia-Mihaela, Strategii în discursul politic, 2015;
3. SZEKELY, Eva Monica, Modelul semiotic de (re)lectură și interpretare, în Competența de (re)lectură. Experiențe în viziune integrată (Teză de doctorat), pp. 13-48, 77-116, ANEXE (pp. 211-326)
4. SZEKELY Eva Monica, Arta de a construi scurte producții video (Metoda VASK), în Buletin Științific, Seria A, vol. XXII, Fascicula Pedagogie. Psihologie. Metodică, UTPRESS, Universitatea Tehnică Cluj-Napoca, 2022, ISSN 1454-9352, pp. 138-152
<https://dspp.utcluj.ro/files/Publicatii/Buleti%20stiintific%20XXII.pdf>

[II] Bibliografie facultativă:

4. Codoban, Aurel, Semn și interpretare. O introducere postmodernă în semiologie și interpretare, Editura Dacica, Cluj-Napoca, 2011
5. Boboc, Alexandru (2019), Studii de logică, filosofie și semiotică, Editura Academiei Române, București

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

Coroborarea cursului cu aspecte de comunicare interpersonală și de grup pentru rezolvarea/ simularea rezolvării unor probleme importante semnalate în presa locală și/ sau națională, respectiv grilele unui program TV (diferit pe echipe) și/ sau o cercetare de teren în echipe de 4 studenți (Primăria Târgu-Mureș, Consiliul Județean)

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	evaluare formativă/ continuă 1. Cunoștințe teoretice și aplicative/ Analiza semiotică a unor produse media diferite, alternativ, la fiecare curs: 1.afiş; reclamă; 2. dosar de presă – știre, comunicat, articol, anchetă, reportaj; 3. discurs public; 4. talk-show / emisiune TV; 5. campanie de relații publice; 6. documentar / film. Intervenții personalizate și creative pe parcursul cursurilor / prin aplicarea succesivă a celor șase metode de analiză semiotică discutate Intervenții, semnalări din presa locală și / sau națională, TV, Radio, Internet et	Bonusuri de 1-2 puncte la examenul final pentru fiecare intervenție creativă la curs(uri)/ perseverență în analiza semiotică a unor produse media. Condiția: aplicarea metodei de analiză semiotică de la cursul anterior și prezența la cursul prezent	0
- în timpul activității practice	1. Producerea și analiza semiotiă a unei producții multimedia de trei minute create/ produse în echipe de câte 5 studenți/ 2. Analiză semiotică de produse media diferite raportate la același context / problematică, la alegere privind TOP 10 probleme ale lumii contemporane/ ale României/ orașului Târgu-Mureș (de exemplu: Video-copilul / violența în familie/ violența în școli/educația/educația romilor/ libertatea / privarea de libertate/ abandonul școlar/ opinia teledirijată/ și imaginea minte/ Satul global/ Parlamentul/Instituția Președintelui/ Boala și Ministerul Sănătății/ Rețeaua citostaticelor/ Bioetica /Ingineria genetică/ SIDA etc.) 1. Semioza și triada semiotică transparentă în abordarea comparativă. a două tipuri diferite de povești pornind de la aceleași imagini/ pregătirea/ producerea în echipă a unui film video de trei minute Analize semiotice complexe, individuale, pe o	Dezbateri/ analiză semiotică/ studiu de caz producție text multimodal/ producție multisemiotică	50

	problematică de la seminar, la alegere, pentru filmul produs și/ sau pentru diferite tipuri de produse de comunicare media și / sau PR dintre cele 6 produse de mai sus		
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Cunoștințe teoretice și aplicative acumulate de-a lungul întregului semestru 20 de itemi/ 30 de minute	test online/ 20 de itemi/ 3 de completare/ construire de răspuns scurt/ 12 itemi cu alegere multiplă/ grilă și 3 itemi cu alegere duală de tipul Da/ Nu test de tipul quize/ online/ forms	30
- examen practic final	Susținerea publică a unui produs de fotojurnalism/ videojurnalism/ elaborarea sa scrisă ca eseu argumentativ Minim 500- maxim 700 de cuvinte, Grila de evaluare cu 10 indicatori și repere logico-semantică după o grilă de comunicare scrisă cunoscută anterior/ 2 puncte / indicator	producție multisemiotică eseu/ dezbateri	20
Standard minim de performanță: • Susținerea publică a unui produs de fotojurnalism/ videojurnalism/ elaborarea sa scrisă ca eseu argumentativ / prin analiza semiotică/ implicarea a două metode semiotice diferite la alegere (dintre cele 6 enumerate), raportate la același context la alegere una din TOP 10 probleme ale lumii contemporane/ ale României/ orașului Târgu-Mureș • Obligatorietatea producerii în echipă/ a susținerii individuale a rolului jucat în producerea filmului video de trei minute și a susținerii în a 3-a săptămână la seminar, cu necesitatea recuperării contra cost a seminarelor nesusținute, conform Regulamentului UMFST și al disciplinei • Analiza individuală a filmului prin 1-2 metode semiotice, conform unei grile de evaluare a competențelor orale (timp, conectori logici și semantici etc.) cu necesitatea recuperării contra cost a seminarelor nesusținute, conform Regulamentului UMFST și al disciplinei • Minim 25 de puncte acumulate pe parcursul activităților practice impuse pe parcursul semestrului (10.4.2, 10.5.1 și 10.5.2) • Minim 25 de puncte acumulate la examenul final scris (10.4.1, 10.4.2 și 10.5.2) • Punctele se vor transforma în notă, rotunjindu-se în sus, în favoarea studentului, după modelul: I (I.1+I.2+I.3) + II (II.1+ II.2) =37p (17p+12p+ 8p)+ 29p (15p+14p) =66 p, deci nota 7 (șapte) Extra-bonusurile de la cursuri se vor adăuga acestei note finale			

11. Orar consultații studenți

Conf dr Szekely Eva-Monica	câte 30 de minute după fiecare curs
----------------------------	-------------------------------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Educație fizică			
2.2 Titularul activităților de curs: -			
2.3 Titularul activităților practice: Lect dr Steff Zakarias			
2.4 Anul de studii: II	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: A/R	2.7 Regimul disciplinei: Obl

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 2	3.2 din care curs: 2	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 14	3.5 din care curs: 0	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe:		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren:		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri:		
- tutorial:		
- examinări:		
- alte activități:		
3.8 Total ore de studiu individual: 0		
3.9 Total ore pe semestru: 14		
3.10 Număr de credite: 2		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

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

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: -
5.2 a activităților practice: - Explicite în Regulamentul didactic al studenților din UMFST cu extinderi și particularizări în Regulamentul didactic al studenților din cadrul disciplinei - baza materială proprie UMFST sau online

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: Valorificarea informațiilor, metodelor și mijloacelor specifice educației fizice și sportului în vederea optimizării stării de sănătate și a dezvoltării fizice armonioase. - Formarea capacității de transmitere, selectare, exersare și predare a unor cunoștințe referitoare la întocmirea unor sisteme de acțiune (grupe de exerciții) pentru dezvoltarea deprinderilor motrice de bază, utilitare și sportive. - Formarea capacității de exersare și predare a unor deprinderi motrice de bază, utilitare și sportive. - - Aplicarea sistemului de reguli specifice organizării și practicării activităților de educație fizică și sport și adoptarea unui comportament activităților de educație fizică și sport și adoptarea unui comportament adecvat în
--

cadrul relațiilor interpersonale și de grup. Valorificarea limbajului corporal pentru exprimarea și înțelegerea ideilor, a stărilor afective și a esteticului în general și în special a esteticului corporal.
6.2 transversale: Utilizarea mijloacelor electronice pentru selectarea informațiilor și documentarea privind elementelor definitorii ale dezvoltării fizice și activităților motrice. - Lucru în echipă și organizarea unei activități sportive pe nivele de pregătire prin îndeplinirea rolului și atribuțiilor în cadrul echipei. - Respectare normelor de etică și deontologie profesională. ⇨ Abilități de comunicare orală și motrică prin folosirea terminologiei specifice și a mișcărilor
6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general: Dezvoltarea calităților motrice și extinderea fondului de deprinderi motrice de bază și sportive prin cuprinderea tuturor studenților în practicarea sistematică și organizată a exercițiilor fizice și a sporturilor preferate.
7.2 Obiective specifice: - Îmbunătățirea continuă a stării de sănătate, a dezvoltării fizice, psihice, precum și a dezvoltării corporale armonioase. ⇨ - Dezvoltarea capacității motrice generale și îmbunătățirea condiției fizice. - Formarea deprinderilor sportive necesare în practicarea unor ramuri de sport. - Formarea capacității de practicare independent a exercițiilor fizice.

8.1 Conținutul orelor de seminar, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Lecție cu caracter organizatoric, cunoașterea colectivului, prezentarea cerințelor, repartizarea studenților pe grupe în funcție de opțiunile pe ramuri de sport	explicatii, demonstratii, exersare	Nu este cazul	-	2
2	a) Atletism ⇨ repetarea elementelor de bază din școala alergării, repetarea tehnicii diferitelor variante de pași alergători b) Baschet ⇨ verificarea nivelului de însușire a elementelor de bază	explicatii, demonstratii, exersare	Nu este cazul	-	2
3	Volei ⇨-verificarea nivelului de însușire a elementelor de baza. Badminton	explicatii, demonstratii, exersare	Nu este cazul	-	2
4	a) Fotbal joc școală, b) Volei joc școală, c) Badminton	explicatii, demonstratii, exersare	Nu este cazul	-	2
5	a) Atletism ⇨ dezvoltarea forței în picioare și a detentei (variante de sărituri) b) Baschet repetarea, perfecționarea ținerii, prinderii pasării mingii a opririlor	explicatii, demonstratii, exersare	Nu este cazul	-	2
6	Testare ⇨ 2 teste motrice ce vizează calitățile motrice, la alegere / realizarea unui referat cu o temă propusă de cadrul didactic	⇨probe practice/ Referat	Nu este cazul	-	2
7	Încheierea situației. Recomandări pentru activitatea de viitor	explicatii, demonstratii, exersare	Nu este cazul	-	2

Bibliografie

1. Badau Dana, Badau Adela, Grancea Marius – „Fitness. Postură și mișcare”, Ed. Universității „Transilvania” din Brașov, ISBN: 978-606-19-0964-3, 2018, nr. pag: 160,
2. Bădău Adela, Ungur Natalia Ramona, Bădău Dana – „Activitățile fizice acvatice indoor”, Ed. Universității „Transilvania” din Brașov ISBN: 978-973-169-465-8, 2016, nr. pag: 133.
3. Hantiu I. ⇨ Teoria educației fizice și sportului, note de curs, Univ. Oradea, 2012
4. Macovei S. ⇨ Stretching, Ed AFIS, București, 2012
5. Ungur N. R., Badau A., ⇨ Tehnologii inovative în volei, Ed University Press, tirgu Mures, 2015.
6. Laura – Edit Ciulea - Fitness și gimnastică aerobă, Editura RISOPRINT, Cluj Napoca, 2020
7. Vincent “Ben” Bocchicchio , Charles Barkley - 15 Minutes to Fitness: Dr. Ben's Smart Plan for Diet and Total Health, Kindle Edition, 2017

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

- Dezvoltarea capacității de transmitere a unei opțiuni pentru o viață sănătoasă și echilibrată, prin adoptarea unui regim de activitate care să îmbine armonios efortul fizic cu cel intelectual, solicitarea cu refacerea, timpul ocupat cu timpul liber
- Disponibilitate pentru practicarea independentă a exercițiilor fizice
- Interes constant pentru fenomenul sportiv
- Valorificarea teoriilor, metodologiilor și practicilor asimilate în rezolvarea unor situații teoretice → practice educaționale prin abordări interdisciplinare
- Utilizarea unui limbaj de specialitate în comunicare cu medii profesionale diferite, cu specialiștii domeniului și din domeniile conexe
- Aplicarea teoriilor și practicilor asimilate în conceperea și elaborarea de proiecte educaționale și de cercetare specifice educației fizice și sportului și interdisciplinare

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	-	-	0
- în timpul activității practice	- Probe de control în condiții on-site - Frecvența la lecții și realizarea unui referat pe semestru cu o temă propusă de cadrul didactic- în condițiile desfășurării orelor online	-Parcurgerea tuturor probelor de control. -Întocmirea a unui referat pentru fiecare semestru numai pentru studenții scutiți pentru un semestru întreg sau pe tot anul universitar Realizarea unui referat pe semestru cu o temă propusă de cadrul didactic- în condițiile desfășurării orelor online	50
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Nu este cazul	Nu este cazul	0
- examen practic final	- Probe de control în condiții on-site - Frecvența la lecții și realizarea unui referat pe semestru cu o temă propusă de cadrul didactic- în condițiile desfășurării orelor online	-Parcurgerea tuturor probelor de control. -Întocmirea a unui referat pentru fiecare semestru numai pentru studenții scutiți pentru un semestru întreg sau pe tot anul universitar Realizarea unui referat pe semestru cu o temă propusă de cadrul didactic- în condițiile desfășurării orelor online	50
Standard minim de performanță: 1.Evaluarea practică care constă în:2 teste motrice. Teste motrice vizând nivelul de dezvoltare al calităților motrice, se aleg dintre: săritura în lungime de pe loc, săritura pe verticală, forța musculaturii abdominale (abdomene), forța musculaturii spatelui (extensi) și alergare de viteză pe 30 m contra cronometru. 2. Pentru elevi scutiți va consta în realizarea unui referat cu tema stabilită de cadrul didactic titular, din domeniul educației fizice și sportului (aceștia nu susțin probele de control). 3. Realizarea unui referat în condițiile desfășurării orelor online			

11. Orar consultații studenți

Lect dr Steff Zakarias	Luni 18-19
------------------------	------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Comunicare pe dispozitive mobile			
2.2 Titularul activităților de curs: Conf dr Szekeley Eva-Monica			
2.3 Titularul activităților practice: Lector MĂGURĂ CRISTIAN			
2.4 Anul de studii: II	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Obl

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 6	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 42	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 14		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 28		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 28		
- tutorial: 4		
- examinări: 6		
- alte activități: 3		
3.8 Total ore de studiu individual: 83		
3.9 Total ore pe semestru: 125		
3.10 Număr de credite: 5		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum: specifice disciplinelor fundamentale din anul I
4.2 de competențe: specifice disciplinelor fundamentale din anul I, Fundamente ale științelor comunicării și Fundamente ale mass media

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: Elaborarea unui discurs oral/scriș / eseu argumentativ complex, bogat lexical și sintactic, articulat precis din punct de vedere logic pe o temă dată sau la alegere, din domeniul comunicare și media emergente
5.2 a activităților practice: analiza avantajelor vs. a dezavantajelor comunicării online/ onsite/ prin rețele mobile, concepere și analiză a diverse produse media și PR din punctul de vedere al conceptelor fundamentale ale comunicării aplicate la rețele mobile, device-uri etc.

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: C 1. Identificarea și utilizarea limbajului, a metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul Științelor comunicării și media emergente C 1.1 Definirea principalelor concepte specifice domeniului, utilizarea lor și a terminologiei de specialitate în situații multiple de comunicare media C 1.2 Explicarea conceptuală a situațiilor de comunicare și a problemelor de specialitate în domeniu C 1.5 Elaborarea unor proiecte specifice de investigație și intervenție în domeniul de specialitate.

Elaborarea și susținerea publică a unei lucrări de licență, cu caracter aplicativ pe o temă din domeniul de specialitate.

C2. Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC)

C2.2 Identificarea particularităților utilizării specializate a diverselor tipuri media în comunicare

6.2 transversale:

CT1 Rezolvarea în mod realist – cu argumentare atât teoretică, cât și practică – a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora.

CT2 Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice.

CT3 Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii

6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:

Aplicarea conceptelor, a teoriilor, a paradigmelor și a metodelor de comunicare la analiza sistemului mass-media, a rețelelor de comunicare pe dispozitive mobile și a procesului de relații publice (RP)

7.2 Obiective specifice:

CP 2. Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC);

C2.1. Analiza și interpretarea noilor teorii cu privire la comunicarea de masă și segmentarea publicului țintă, la dinamica diverselor tipuri de audiență/ public în comunicare

CP 2.2 Identificarea particularităților utilizării specializate a diverselor tipuri media în comunicare

CP 2.3 Utilizarea tehnologiilor adecvate în realizarea și comunicarea profesionalizată a diverselor produse de informare, cu respectarea dreptului publicului de a fi informat corect

CP 2.4 Utilizarea unor criterii și metode standard de evaluare a calității și limitelor folosirii diverselor tehnologii în cadrul unor acte concrete de informare și comunicare

CP 2.5 Realizarea de portofolii cu privire la dimensiunea mediatică a unui act de informare și/ sau comunicare profesionalizată

CP 3. Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în procesul de relații publice

CP 3.4 Identificarea și utilizarea unor tehnici și indicatori relevanți pentru monitorizarea și evaluarea proceselor de comunicare.

CP 3.5 Elaborarea unui plan de comunicare eficientă în situații definite de comunicare publică.

CP 4. Realizarea și promovarea unui produs de relații publice;

CP 4.3 Utilizarea unor cadre metodologice adecvate realizării unui produs de RP

CP 4.4. Validarea programelor și produselor de RP prin tehnici de evaluare specifice

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	1. Dispozitive de comunicare mobilă: concept și exemple. Procesul comunicării directe vs pe dispozitive mobile. Sisteme de comunicare mobilă.	Prelegerea, prelegerea cu oponent, studiul individual, exercițiul, problematizarea, descoperirea. studiul de caz, jocul de rol	-	-	2
2	Rețele de comunicație mobilă. Wireless. Comunicarea ca proces de influențare socială. Mesaj și funcții/ efecte ale comunicării	Prelegerea, prelegerea cu oponent, studiul individual, exercițiul, problematizarea, dezbateră dirijată, descoperirea. studiul de caz, jocul de rol	-	-	2
3	Comunicare pe dispozitive mobile și limbaje specifice. Conținuturi, canale și mijloace de comunicare. Comunicarea verbală vs comunicarea nonverbală (prin iconi, imagini). Context, / enunț/ enunțare/ canale de comunicare/ comunicație/ coduri de comunicare/ comunicație	Prelegerea, prelegerea cu oponent, studiul individual, problematizarea, exercițiul, dezbateră dirijată, descoperirea, studiul de caz, jocul de rol	-	-	2
4	Canalul fizic de comunicare pe dispozitive mobile. Alocarea la cerere a canalului de comunicație. Codurile și semnificația. Analiza codurilor utilizate în comunicarea pe dispozitive mobile	Problematizarea, prelegerea, prelegerea cu oponent, exercițiul, demonstrația, explicația, eseul de 5 minute, dezbateră dirijată, descoperirea. studiul de caz, jocul de rol	-	-	2
5	Tehnici de comunicare pe mai multe canale ale dispozitivelor mobile. Comunicarea în câmpul social. Comunicarea de masă prin dispozitive mobile. Baze de date și statistici	Prelegerea, prelegerea cu oponent, dezbateră, exercițiul, problematizarea, demonstrația, prelegerea cu oponent, dezbateră	-	-	2

		dirijată, descoperirea, studiul de caz, jocul de rol			
6	Baze de date și statistici. Eurostat/ World. Utilizarea acestora în cercetare/ proiecte	Exercițiul, problematizarea, demonstrația, prelegerea cu oponent, joc de rol, dezbatere dirijată, descoperirea, studiul de caz, jocul de rol	-	-	4
7	SMS Marketing/ Mobile Advertising. Principii și teorii (1) MOBILE ADVERTISING/ SMS MARKETING mobile (2). Dezvoltarea aplicațiilor pentru dispozitive mobile	Predarea dirijată, profesor pentru 5 minute, adresare de întrebări și răspunsuri pe baza studiului individualizat, eseul de 5 minute, descoperirea, studiul de caz, jocul de rol	-	-	4
8	Comunicarea nonverbală. Înțelesuri și semne. Indicatori și semnificații (inter)culturale. (II) Etic și juridic în comunicarea pe dispozitive mobile: legi și norme privind comunicarea în media emergente și produsele de PR	Predarea dirijată, profesor pentru 5 minute, adresare de întrebări și răspunsuri pe baza studiului individualizat, eseul de 5 minute, descoperirea, studiul de caz, jocul de rol	-	-	2
9	Partajarea de mai mulți utilizatori, Comunicarea și negocierea. Prevenirea, reducerea și rezolvarea conflictelor. Aplicații pe dispozitive mobile: whatsapp, facebook, twitter, instagram	Predarea dirijată, profesor pentru 5 minute, adresare de întrebări și răspunsuri pe baza studiului individualizat, eseul de 5 minute, descoperirea, studiul de caz, jocul de rol	-	-	2
10	Optimizarea serviciilor de comunicare pe dispozitive mobile/ centrate pe servicii cu transfer nesesizabil între mai multe tehnologii de acces. Comunicare și motivare prin tehnologie Bluetooth.	Exercițiul, problematizarea, demonstrația, prelegerea cu oponent, dezbatere, joc de rol, descoperirea, adresare de întrebări și răspunsuri pe baza studiului individualizat, eseul de 5 minute, studiul de caz	-	-	2
11	Optimizarea serviciilor de comunicare pe dispozitive mobile/ centrate pe utilizator. Soluția pentru mobilitate. Folosirea protocolului Internet pentru sisteme multimedia.	Problematizarea, prelegerea, prelegerea cu oponent, exercițiul, demonstrația, explicația, studiul în perechi, eseul de 5 minute, studiul de caz	-	-	2
12	Campanii de marketing. Publicitate online prin social media	Exercițiul, problematizarea, demonstrația, prelegerea cu oponent, dezbatere, joc de rol, descoperirea, adresare de întrebări și răspunsuri pe baza studiului individualizat, eseul de 5 minute, studiul de caz	-	-	2

Bibliografie

[I] Bibliografie obligatorie:

1. Boutaud, J.J., Comunicare, semiotică și semne publicitare, Ed. Tritonic, 2007;
2. Rogojinaru, Adela, Comunicare, relații publice și globalizare, Ed. Tritonic, București, 2003;
3. Comșa, Ciprian, Bogdan, Ion, Bluetooth, prezent și perspective, "Bluetooth, prezent și perspective," în revista "Telecomunicații", București, România, no 2/2007, pp. 62-86
4. Roșca, Gh., I. et al., Comerțul electronic – concepte, tehnologii și aplicații, București, Editura economică, 2004;
5. Baze de date și statistici:
<http://statistici.insse.ro/shop/>
https://www.revistadestatistica.ro/supliment/wp-content/uploads/2018/05/A09_rrss05_2018_ro.pdf

[II] Bibliografie facultativă (două titluri la alegere):

5. Larsson, Tanner, Ecommerce evolved. The essential playbook to build, grow & scale a successful ecommerce business, USA, First Printing, 2016.
6. Popa, T., Marketing electronic, Oradea, Editura Triest, 2002 ;
7. Popescu, I., C., Comunicarea în marketing, București, Editura Uranus, 2003;
8. Ruști, Doina, Mesajul subliminal în comunicarea actuală, Ed. Tritonic, 2005;

[III] CURSURI

http://file.ucdc.ro/cursuri/T_3_n313_Tehnici_%20promotionale.pdf.pdf
DEZVOLTAREA-APLICAȚIILOR-PENTRU-DISPOZITIVELE-MOBILE.pdf

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Baze de date și statistici utilizate în cercetare (1). Exemple și accesare	Exercițiul, demonstrația, explicația, problematizarea, dezbateră, jocul de rol, fișe de (auto)evaluare, creația de produs media advertising	-	-	2
2	Baze de date și statistici utilizate în cercetare (2). Mod de utilizare. Ipoteze, metode de lucru, aplicații	Exercițiul, demonstrația, explicația, problematizarea, dezbateră, jocul de rol, fișe de (auto)evaluare, creația de produs media advertising	-	-	2
3	Comunicarea pe dispozitive mobile și influențarea comunicării de masă. Canale / mijloace de comunicare/ rețele de comunicare mobilă și coduri de semnificații. Mobile advertising și sms marketing	Exercițiul, demonstrația, explicația, problematizarea, dezbateră, jocul de rol, fișe de (auto)evaluare, creația de produs media advertising	-	-	1
4	4. Comunicarea pe dispozitive mobile. Rețele mobile și practici discursive. Funcționalitatea mijloacelor semio-lingvistice cu aplicare la diverse canale de comunicație din generația I. Produse media și PR (I). Mobile advertising și sms marketing	Exercițiul, demonstrația, explicația, problematizarea, dezbateră, jocul de rol, fișe de (auto)evaluare, creația de produs media advertising	-	-	1
5	Comunicarea pe dispozitive mobile. Rețele mobile și practici discursive. Funcționalitatea mijloacelor semio-lingvistice cu aplicare la diverse canale de comunicație din generația I. Produse media și PR (II). Mobile advertising și sms marketing	Exercițiul, demonstrația, explicația, problematizarea, dezbateră, jocul de rol, fișe de (auto)evaluare, creația de produs media advertising	-	-	1
6	Comunicarea pe dispozitive mobile. Rețele și practici discursive. Funcționalitatea mijloacelor semio-lingvistice cu aplicare la diverse canale de comunicație din generația a II-a. Produse media și PR (I). Mobile advertising și sms marketing	Exercițiul, demonstrația, explicația, problematizarea, dezbateră, jocul de rol, fișe de (auto)evaluare, creația de produs media advertising	-	-	1
7	Comunicarea pe dispozitive mobile. Poziționarea unui brand prin logo și slogan. Mobile advertising și sms marketing	Exercițiul, demonstrația, explicația, problematizarea, dezbateră, jocul de rol, fișe de (auto)evaluare, creația de produs media advertising	-	-	1
8	Comunicarea pe dispozitive mobile. Rețele mobile și practici discursive. Funcționalitatea mijloacelor semio-lingvistice cu aplicare la diverse canale de comunicație din generația a II-a. Produse media și PR (II). Mobile advertising și sms marketing	Exercițiul, demonstrația, explicația, problematizarea, dezbateră, jocul de rol, fișe de (auto)evaluare, creația de produs media advertising	-	-	1
9	Dezbaterăa unor avantaje și limite ale comunicării pe dispozitive mobile prin tehnologia 3G/ 4G/ 5G vs. ale comunicării face to face în cadrul practicii la diverse instituții (radio/ TV/ presă locală).	Exercițiul, demonstrația, explicația, problematizarea, dezbateră, jocul de rol, fișe de (auto)evaluare, creația de produs media advertising	-	-	2
10	Creația/ transmiterea de modele și produse PR prin comunicarea pe dispozitive mobile. Proiect în echipe interdisciplinare/ transdisciplinare (în cadrul și/ sau pentru practica de specialitate/ lucrarea de licență). Mobile advertising și sms marketing	Exercițiul, demonstrația, explicația, problematizarea, dezbateră, jocul de rol, fișe de (auto)evaluare, creația de produs media advertising	-	-	2

Bibliografie

Bibliografie obligatorie:

Revista Română de Statistică - Supliment nr. 5 / 2018

https://www.revistadestatistica.ro/supliment/wp-content/uploads/2018/05/A09_rrss05_2018_ro.pdf

<http://statistici.insse.ro/shop/?lang=ro&page=cart&mod=view>

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

Coroborarea cursului cu aspecte practice privind modele și mijloace/ canale de comunicare pe dispozitive mobile și realizarea de produse PR/ mobile advertising și sms marketing pentru presa vorbită sau internet/ posibili angajatori, respectiv repere de comunicare pe dispozitive mobile a unui program TV (diferit pe echipe) / a unei emisiuni la alegere; dezbaterăa unor avantaje și limite ale comunicării pe dispozitive mobile vs. ale comunicării face to face în cadrul practicii la diverse instituții (radio/ TV/ presă locală); creația de produse PR prin mobile advertising și sms marketing

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Aplicarea conceptelor, a teoriilor, a paradigmelor și a metodologiilor la analiza sistemului mass-media emergente și a evoluției comunicării pe dispozitive mobile prin diferite rețele de comunicație de primă generație vs de generația a II-a (de la 2G la 5G) Analiza și interpretarea noilor teorii cu privire la comunicarea de masă și segmentarea publicului țintă, la dinamica diverselor tipuri de audiență/ public în comunicarea pe dispozitive mobile în vederea construirii unui ebusiness prin mobile advertisig și sms marketing	joc de rol, prelegere cu oponent/ profesor pentru 5 minute, studiu de caz bonusuri acordate la fiecare susținere/ implicare/ prin prezență fizică la curs se vor adăuga la nota finală, maxim 2 puncte/ susținere/ prezentare la un curs nu se va depăși ponderea de 20/ 2 puncte din nota finală	0
- în timpul activității practice	Analiza unor materiale de mobile advertising și / sau sms mobile din presa scrisă online și vorbită/ Radio/ TV în vederea monitorizării și evaluării proceselor de comunicare pe dispozitive mobile/ Analiza comunicării pe paliere complexe, individuale/ în grup/ masă, pe o problemă obligatorie (promovarea specializării Comunicare și media emergente) și una la alegere (turismul cultural local, de exemplu, tradiții culinare locale, obiceiuri ale zonei Mureșului etc.), pe diferite tipuri de produse de comunicare media (mobile advertising și/ sau sms mobile)	studiul de caz, jocul de rol, dezbaterăa, profesor pentru 5 minute, eseul de 5 minute, creația de produse de publicitate și media/ mobile advertising și sms marketing	50
Evaluare finală			
- examen teoretic final	-	-	0
- examen practic final	Conceperea unui portofoliu individual și în grup/ echipă/minim 3 materiale individuale/ 3x nr membrilor echipei - maxim 3/ și prezentarea unui material de mobile advertising și/ sau sms mobile (unul în echipă și unul individual) după cum urmează: prezentarea obligatorie a unui material audio-video de tip storytelling de 3 minute realizat în echipă, pentru promovarea specializării „Comunicare și media emergente” din cadrul UMFST conceperea și prezentarea unui material de mobile advertising și sms marketing, de preferință audio-video/ tip storytelling pentru punctaj maxim, pe o temă la alegere (turismul cultural local de exemplu, promovarea unui produs/ a unui serviciu din cadrul hubului UMFST, promovarea unui produs/ serviciu care are legătură cu o pasiune personală etc.)	proiect/ portofoliu de evaluare joc de rol/ studiu de caz/ rezolvare de probleme prezentare material audio-video/ storytelling	50
Standard minim de performanță: 75% frecvență la seminarii și CP./laborator conceperea și prezentarea unui material de mobile advertising și sms marketing, de preferință audio-video/ tip storytelling, pe o temă la alegere (turismul cultural local de exemplu, promovarea unui produs/ a unui serviciu din cadrul hubului UMFST, folosindu-se de o metodă de cercetare în urma prelucrării unor date din cel puțin 2 baze de date și / sau statistici promovarea unui produs/ serviciu care are legătură cu o pasiune personală etc.)			

11. Orar consultații studenți

Conf dr Szekely Eva-Monica	câte 30 de minute după fiecare curs
----------------------------	-------------------------------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Deontologie			
2.2 Titularul activităților de curs: Lect dr Nistor Eugeniu			
2.3 Titularul activităților practice: Lector dr. Eugeniu Nistor			
2.4 Anul de studii: II	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: E	2.7 Regimul disciplinei: Obl

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 6	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 42	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 20		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 20		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 12		
- tutorial: 2		
- examinări: 4		
- alte activități: 0		
3.8 Total ore de studiu individual: 58		
3.9 Total ore pe semestru: 100		
3.10 Număr de credite: 4		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum: Noțiunile de bază ale eticii se structurează mai bine atunci când studenții și-au însușit, anterior, din conținuturile altor discipline (ca: Retorică și argumentare, Logică, Istoria filosofiei), datele necesare înțelegerii corecte a proceselor de comunicare și relații publice – văzând totul ca parte a unei ample acțiuni puse în slujba interesului și binelui public.
4.2 de competențe: Studenții trebuie să fie bine pregătiți, pentru o structurare eficientă a noțiunilor de bază ale filosofiei morale și a normelor deontologice corespunzătoare profesiei de relaționist.

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: Necesită dotare cu videoproiector
5.2 a activităților practice: Nu se acceptă cereri de amânare în predarea lucrărilor de seminar. Pentru predarea cu întârziere a referatelor, acestea vor fi depunctate cu 0,5 puncte / zi de întârziere.

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: C 1.1 Definirea principalelor concepte specifice domeniului, utilizarea lor și a terminologiei de specialitate în situații multiple C 1.2 Explicarea conceptuală a situațiilor de comunicare și a problemelor de specialitate în domeniu. C 1.3 Aplicarea principiilor deontologice și a normelor etice care stau la baza organizării și funcționării activităților specifice domeniului de specialitate, descrierea modului de organizare a profesiei și a valorilor acesteia.
--

C 1.4 Aplicarea legislației naționale și europene privind liberul acces la informație, proprietatea intelectuală, drepturile de autor, copyright-ul etc. în procesul comunicării profesionalizate și în activitățile de informare documentare.

C 1.5 Elaborarea unor proiecte specifice de investigație și intervenție în domeniul de specialitate.

C 1.6 Elaborarea și susținerea publică a unei lucrări de licență, cu caracter aplicativ pe o temă din domeniul de specialitate.

6.2 transversale:

CT1 Rezolvarea în mod realist – cu argumentare atât teoretică, cât și practică – a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora.

CT2 Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice.

CT3 Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii.

CT4 Utilizarea tehnologiilor adecvate în realizarea și comunicarea profesionalizată a diverselor produse de informare, cu respectarea dreptului publicului de a fi informat corect.

CT5 Utilizarea unor criterii și metode standard de evaluare a calității și limitelor folosirii diverselor tehnologii în cadrul unor acte concrete de informare și comunicare..

CT6 Realizarea de portofolii cu privire la dimensiunea mediatică a unui act de informare și/ sau comunicare profesionalizată.

6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:

Familiarizarea cu conceptele de filosofie morală și cu normele etice și deontologice, specifice profesiei.

7.2 Obiective specifice:

Cunoașterea și înțelegerea corectă a rolului benefic al învățăturii etice și deontologice profesionale în ansamblul proceselor de comunicare și relaționare din spațiul public

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Etica profesională și filosofia morală – ca noțiuni clasice în istoria gândirii umane	Prelegere	Se alege o carte din bibliografie	-	2
2	Elemente de etică profesională în Grecia Veche, inclusiv în filosofia lui Platon.	Prelegere	Se alege o carte din bibliografie	-	2
3	Reflecții raționale despre etică și deontologie la Aristotel	Prelegere	Se alege o carte din bibliografie	-	2
4	Rațiuni, etică și responsabilitate la René Descartes	Prelegere	Se alege o carte din bibliografie	-	2
5	Rațiune practică în sistemul de gândire al lui Immanuel Kant	Prelegere	Se alege o carte din bibliografie	-	2
6	Rațiuni, etică și responsabilitate la René Descartes	Prelegere	Se alege o carte din bibliografie	-	2
7	Bazele conceptuale ale eticii moderne; utilitarismul și deontologia	Prelegere	Se alege o carte din bibliografie	-	2
8	Bazele morale ale profesionalismului.	Prelegere	Se alege o carte din bibliografie	-	2
9	Etică și profesionalism	Prelegere	Se alege o carte din bibliografie	-	2
10	Imperativul încrederii și responsabilitatea profesională a specialiștilor în relații	Prelegere	Se alege o carte din bibliografie	-	2
11	Deontologia și avantajele ei	Prelegere	Se alege o carte din bibliografie	-	2
12	Etică, comunicare și răspunderea socială în organizații.	Prelegere	Se alege o carte din bibliografie	-	2
13	Bazele etice ale comunicării. Conceptele fundamentale ale eticii din perspectiva relațiilor publice	Prelegere	Se alege o carte din bibliografie	-	2
14	Codurile de etică și deontologice în relațiile publice	Prelegere	Se alege o carte din bibliografie	-	2

Bibliografie

1. Diogenes Laertios – Despre viețile și doctrinele filozofilor, vol. I, traducere de C. I. Balmuș, comentarii de Aram M. Frenkian, prefață și notă biografică de Adelina Piatkowski, ediție îngrijită de Ion Acsan și Adelina Piatkowski, Colecția Biblioteca pentru toți, Ed. Minerva, București, 1997.

2. Aristotel – Etica nicomahică, introducere, concluzii și index de Stella Peticel, ediția a II-a, Ed. Iri, București 1998.
3. Immanuel Kant – Întemeierea metafizicii moravurilor. Critica rațiunii practice, traducere, studiu introductiv, note și indici Nicolae Bagdasar, postfață Nicolae Bellu, Editura Științifică, București, 1972.
4. René Descartes – Discurs despre metoda de a ne conduce bine rațiunea și de a căuta adevărul în științe, traducere de Daniela Roventă-Frumușani și Alexandru Boboc, note, comentarii, bibliografie de Alexandru Boboc, Editura Academiei Române, București, 1990.
5. Scott M. Cutlip, Aleen H. Center, Glen M. Broom – Relații publice eficiente, ediție îngrijită de Lucian Pricop, postfață la ediția română de Remus Pricopie, ediția a IX-a, București, Editura Comunicare.ro, 2010.
6. Edward R. Bernays – Cristalizarea opiniei publice, traducere de Florin Paraschiv, cuvânt înainte de Florin Dumitrescu, studiu introductiv de Remus Pricopie, Ed. Comunicare.ro, București, 2003.
7. Eugeniu Nistor - „Elements of ethics and professional deontology in the process of public communication”, p. 102-108, în vol. Debates on Globalization approaching National Identity Through Intellectual Dialogue, al Conferinței Internaționale GIDNI-II, Tg. Mureș, 28 mai 2015, Editura Arhipelag XXI, Tg. Mureș, 2015.
8. Eugeniu Nistor - „Communication ethics and PR professional codecs of ethics”, p. 58-70, în vol. Communication, public relations, journalism, al Conferinței Internaționale LDMD-III, Tg. Mureș, 26-29 mai 2015, Editura Arhipelag XXI, Tg. Mureș, 2015.

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	etică și eticitate în Dialogurile lui Platon	Lecturi, dezbateri	Se alege o carte din bibliografie	-	2
2	Regulile raționale de etică profesională deduse din lucrarea Discurs asupra metodei de a ne conduce bine rațiunea și a căuta adevărul în științe, a lui René Descartes.	Lecturi, dezbateri	Se alege o carte din bibliografie	-	2
3	Comportamentul moral-profesional ca imperativ categoric în opera lui Immanuel Kant - Critica rațiunii practice.	Lecturi, dezbateri	Se alege o carte din bibliografie	-	2
4	Doctrina utilitaristă – ca rezultat anticipat al unei decizii în spațiul public.	Lecturi, dezbateri	Se alege o carte din bibliografie	-	2
5	Necesitatea înțelegerii triumphiului decizional etic (datorie, intenție, demnitate, respect)	Lecturi, dezbateri	Se alege o carte din bibliografie	-	2
6	Principii ale comunicării publice în lucrarea lui Scott M. Cutlip – Relațiile publice eficiente.	Lecturi; conversații euristice	Se alege o carte din bibliografie	-	2
7	Deontologia relațiilor publice în lucrarea lui Edward L. Bernays – Cristalizarea opiniei publice. Normele de conduită și codurile de etică ale profesiei de relaționis	Lecturi; conversații euristice. Activități aplicative (exerciții))	Se alege o carte din bibliografie	-	2

Bibliografie

1. Diogenes Laertios – Despre viețile și doctrinele filozofilor, vol. I, traducere de C. I. Balmuş, comentarii de Aram M. Frenkian, prefață și notă biografică de Adelina Piatkowski, ediție îngrijită de Ion Acsan și Adelina Piatkowski, Colecția Biblioteca pentru toți, Ed. Minerva, București, 1997.
2. Aristotel – Etica nicomahică, introducere, concluzii și index de Stella Peticel, ediția a II-a, Ed. Iri, București, 1998.
3. Rene Descartes – Discurs despre metoda de a ne conduce bine rațiunea și de a căuta adevărul în științe, traducere de Daniela Roventă-Frumușani și Alexandru Boboc, note, comentarii, bibliografie de Alexandru Boboc, Ed. Academiei Române, București, 1990.
4. Immanuel Kant – Critica rațiunii pure, traducere Nicolae Bagdasar, Elena Moisiuc, studiu introductiv, glosar kantian și indice de nume proprii: Nicolae Bagdasar, Ed. Științifică, București, 1969.
5. Immanuel Kant – Întemeierea metafizicii moravurilor. Critica rațiunii practice, traducere, studiu introductiv, note și indici Nicolae Bagdasar, postfață Nicolae Bellu, Ed. Științifică, București, 1972.
6. Scott M. Cutlip, Aleen H. Center, Glen M. Broom – Relații publice eficiente, ediție îngrijită de Lucian Pricop, postfață la ediția română de Remus Pricopie, ediția a IX-a, Ed. Comunicare.ro, București, 2010.
7. Pricopie, Remus – Relațiile publice: evoluție și perspective, Ed. Tritonic, București, 2011.
8. Edward L. Bernays – Cristalizarea opiniei publice, traducere de Florin Paraschiv, cuvânt înainte de Florin Dumitrescu, studiu introductiv de Remus Pricopie, Ed. Comunicare.ro, București, 2003.
9. Sandu Frunză – Comunicare etică și responsabilitate socială, Editura Tritonic, București, 2011
10. Bernard Dagenais – Profesia de relaționist, traducere de Anca-Magdalena Frumușani, Ed. Polirom, Iași, 2002
11. Eugeniu Nistor – Filosofie și comunicare, prefață de Acad. Gh. Vlăduțescu, Editura Academiei Romane, București, 2012
12. Nicolae Bellu – Etica lui Kant, Ed. Științifică, București, 1974
13. Tudor Cățineanu – Elemente de etică, Ed. Dacia, Cluj- Napoca, 1982.
13. Eugeniu Nistor - „Elements of ethics and professional deontology in the process of public communication”, p. 102-108, în vol. Debates on Globalization approaching National Identity Through Intellectual Dialogue, al

Conferinței Internaționale GIDNI-II, Tg. Mureș, 28 mai 2015, Editura Arhipelag XXI, Tg. Mureș, 2015.
 14. Eugeniu Nistor - „Communication ethics and PR professional codecs of ethics”, p. 58-70, în vol. Communication, public relations, journalism, al Conferinței Internaționale LDMD-III, Tg. Mureș, 26-29 mai 2015, Editura Arhipelag XXI, Tg. Mureș, 2015.

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

Disciplina răspunde nevoii instituțiilor, organizațiilor și actorilor sociali de înțelegere și acțiune specifice mediului în care viețuiesc.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Cunoștințe teoretice	Referate, eseuri	30
- în timpul activității practice	Cunoștințe teoretice și aplicative	Teste conceptuale, lucrări la minut	40
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Verificarea cunoștințelor teoretice și aplicative	Colocviu – scris	15
- examen practic final	Răspunsuri la întrebări directe și teste grilă	Examen sumativ	15
Standard minim de performanță: Însusirea cunoștințelor de bază ale disciplinei			

11. Orar consultații studenți

Lect dr Nistor Eugeniu	Miercuri 12-14
------------------------	----------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Practică de specialitate			
2.2 Titularul activităților de curs: -			
2.3 Titularul activităților practice: Lect dr Pașcan Emil-Marius			
2.4 Anul de studii: II	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Obl

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 4	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 4
3.4 Total ore din planul de învățământ: 56	3.5 din care curs: 0	3.6 activități practice: 56
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 0		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 0		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 69		
- tutorial: 0		
- examinări: 0		
- alte activități: 0		
3.8 Total ore de studiu individual: 69		
3.9 Total ore pe semestru: 125		
3.10 Număr de credite: 5		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
-
5.2 a activităților practice:
-

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
CP1. Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării;
CP 1.3 Aplicarea principiilor deontologice și a normelor etice care stau la baza organizării și funcționării activităților specifice domeniului de specialitate, descrierea modului de organizare a profesiei și a valorilor acesteia.
CP 1.4 Aplicarea legislației naționale și europene privind liberul acces la informație, proprietatea intelectuală, drepturile de autor, copyright-ul etc. în procesul comunicării profesionalizate și în activitățile de informare documentare.
CP 1.5 Elaborarea unor proiecte specifice de investigație și intervenție în domeniul de specialitate.
CP 2. Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC);

CP 2.3 Utilizarea tehnologiilor adecvate în realizarea și comunicarea profesionalizată a diverselor produse de informare, cu respectarea dreptului publicului de a fi informat corect.
CP 2.4 Utilizarea unor criterii și metode standard de evaluare a calității și limitelor folosirii diverselor tehnologii în cadrul unor acte concrete de informare și comunicare..
CP 2.5 Realizarea de portofolii cu privire la dimensiunea mediatică a unui act de informare și/ sau comunicare profesionalizată.
CP 4. Realizarea și promovarea unui produs de relații publice;
CP 4.1. Identificarea conceptelor și metodelor adecvate dezvoltării unui produs de RP.
CP 4.2 Explicarea și interpretarea unui eveniment de RP din perspectiva planificării lui strategice.
CP 4.3 Utilizarea unor cadre metodologice adecvate realizării unui produs de RP.
CP 4.4. Validarea programelor și produselor de RP prin tehnici de evaluare specifice.
CP 4.5. Elaborarea documentației pentru prezentarea unui produs RP.
6.2 transversale:
CT1. Rezolvarea în mod realist, cu argumentare atât teoretică, cât și practică, a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora;
CT2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice;
CT3. Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii.
6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:
Să observe și să analizeze structura și funcționarea compartimentelor instituției primitoare
7.2 Obiective specifice:
• Să observe și să analizeze structura și funcționarea compartimentelor de PR (acolo unde este cazul) ori ale angajaților cu sarcini de comunicare internă și externă din organizația / instituția primitoare • Să observe și să analizeze felul cum se realizează un produs de comunicare, de la identificarea nevoii / comenzii etc., la rezultatul final • Să observe și să analizeze derularea efectivă a activităților curente de comunicare și conexe din instituțiile în care studenții își desfășoară activitatea de practică

8.1 Conținutul orelor de practică, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Practica se va desfășura la nivelul unor instituții publice sau private cu care U.M.F.S.T. „George Emil Palade” a încheiat o Convenție - cadru privind efectuarea stagiului de practică	Activități practice privind elaborarea unui discurs oral/scris / eseu argumentativ complex, bogat lexical și sintactic, articulat precis din punct de vedere logic pe teme specifice din domeniul Comunicare și relații publice; Redactarea și editarea de materiale în format multimedia; Elaborarea de materiale specifice activității redacționale pentru radio, televiziune și presa scrisă.	-	-	56

Bibliografie

Delia Cristina Balaban, Publicitatea, de la planificarea strategică la implementarea media, Polirom, 2021
Dumitru Oprea et al, Managementul evenimentelor personale, organizationale, internationale, Polirom, 2016

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

Conținutul activităților practice este astfel conceput încât studenții să-și perfecționeze competențele necesare îndeplinirii sarcinilor specifice meseriilor din domeniu în mod profesionist. În plus, studenții sunt ajutați să-și însușească o parte a cunoștințelor și abilităților necesare urmărind ceea ce se întâmplă pe o piață competitivă și în continuă dezvoltare. Aspectele întâlnite sunt menite să îi pregătească pe studenți pentru situațiile concrete pe care le vor întâlni în calitate de practicieni în domeniul comunicării și relațiilor publice.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	-	-	0

- în timpul activității practice	Participarea consecventă cu seriozitate la lucrările practice, conform protocoalelor încheiate de universitate cu instituțiile partenere pentru practica de specialitate.	Testarea periodică a cunoștințelor prin lucrări practice stabilite de comun acord de către cadrul didactic supervisor cu tutorii studenților.	20
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Proiect în cadrul activităților impuse în parteneriat cu instituțiile în care se desfășoară practica de specialitate a studenților.	Conlucrarea cu tutorii stabiliți la nivelul instituțiilor contractual partenere.	30
- examen practic final	Agenda la zi a activității practice, prezentarea caietului de practică. Capacitatea de a îndeplini sarcinile stabilite de tutore și cadrul didactic supervisor, fișe de (auto)evaluare completate, Atestatul de practică completat, semnat și ștampilat cu propunerea unui calificativ de către tutorele de practică.	Evaluare baza criteriilor impuse în anexele la contractul de practică de specialitate	50
Standard minim de performanță: Respectarea obligațiilor stipulate prin contractul de practică și anexele aferente. Prezența la cel puțin două treimi dintre orele alocate pentru activitatea practică și la instructaje.			

11. Orar consultații studenți

Lect dr Pașcan Emil-Marius	În fiecare zi de miercuri a săptămânii, între orele 14-16.
----------------------------	--

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Comunicare interpersonală și de grup			
2.2 Titularul activităților de curs: Conf dr Szekely Eva-Monica			
2.3 Titularul activităților practice: Conf. univ. dr. SZEKELY Eva Monica			
2.4 Anul de studii: II	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Opt

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 6	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 42	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 38		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 18		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 25		
- tutorial: 0		
- examinări: 2		
- alte activități: 0		
3.8 Total ore de studiu individual: 83		
3.9 Total ore pe semestru: 125		
3.10 Număr de credite: 5		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
-
5.2 a activităților practice:
-

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
C 1. Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul Științelor comunicării
C 1.2 Explicarea conceptuală a situațiilor de comunicare și a problemelor de specialitate în domeniu.
C2.2 Identificarea particularităților utilizării specializate a diverselor tipuri media în comunicare.
C2.5 Realizarea de portofolii cu privire la dimensiunea mediatică a unui act de informare și/ sau comunicare profesionalizată.
C 3. Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în procesul de relații publice
C 3.4 Identificarea și utilizarea unor tehnici și indicatori relevanți pentru monitorizarea și evaluarea proceselor de comunicare.
C 3.5 Elaborarea unui plan de comunicare eficientă în situații definite de comunicare publică.

- Prezentarea rezultatelor unei cercetări de relații publice într-un format standard de comunicare. C 4. Realizarea și promovarea unui produs de relații publice C4.2 Explicarea și interpretarea unui eveniment de RP din perspectiva planificării lui strategice. C 5. Asistență de specialitate în gestionarea comunicării de criză și/ sau medierea conflictelor de comunicare C 5.2 Utilizarea instrumentarului retoric, argumentativ și semiotic pentru înlăturarea unor disfuncționalități în comunicare și/ sau mediere
6.2 transversale: CT1 Rezolvarea în mod realist – cu argumentare atât teoretică, cât și practică – a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora. Standarde minime de performanță pentru evaluarea competenței: Elaborarea unui proiect sau cel puțin a unei părți a unui asemenea proiect, aplicând atât cunoștințe, teorii și metode de diagnoză și intervenție, cât și norme și principii de etică profesională. CT3 Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii. Standarde minime de performanță pentru evaluarea competenței: Identificarea nevoii de formare profesională și realizarea unui plan de carieră, prin utilizarea resurselor informaționale
6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general: Aplicarea conceptelor, a teoriilor, a paradigmelor și a metodelor de comunicare interpersonală și de grup la analiza sistemului mass-media și a procesului de relații publice (RP) dând dovadă de o foarte bună stăpânire a resurselor limbajului verbal, paraverbal și nonverbal în comunicare
7.2 Obiective specifice: O.1. Tratarea comunicării media și a relațiilor publice din perspectiva unor parametri interdisciplinari și transdisciplinari, O2. Adecvarea strategiilor, a valorilor și a atitudinilor civice, interpersonale, interculturale și sociale în gestionarea comunicării de criză și/sau în medierea conflictelor de comunicare O3. Utilizarea instrumentarului retoric, argumentativ și semiotic pentru identificarea unor disfuncționalități în comunicarea mass-media și RP și eliminarea acestora

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Ce este comunicarea interpersonală? Rolul contextului / contextelor în comunicarea interpersonală și de grup/ rezolvarea de probleme. Caracteristici ale comunicării interpersonale și de grup. Top 10 probleme ale lumii contemporane/ ale României/ ale Târgu-Mureșului.	Prelegerea, prelegerea cu oponent, studiul individual, exercițiul, problematizarea, demonstrația, concepere de teste de (auto)evaluare după modele, profesor pentru 5 minute cu evaluarea comportamentului verbal, nonverbal și paraverbal pe baza grilei de (auto)evaluare din portofoliul studentului	-	-	2
2	Tehnici de comunicare interpersonală și de grup. Stiluri de comunicare asertiv vs. nonasertiv, agresiv vs. nonagresiv. Rezolvarea de probleme	Prelegerea, prelegerea cu oponent, studiul individual, exercițiul, problematizarea, demonstrația, simulare, joc de rol, profesor pentru 5 minute cu evaluarea comportamentului verbal, nonverbal și paraverbal pe baza grilei de (auto)evaluare din portofoliul studentului	-	-	2
3	Caracteristici ale comunicării interpersonale eficiente. Modelul umanist vs. modelul behaviorist/ pragmatic. Analiza tranzacțională (I)	Prelegerea, prelegerea cu oponent, studiul individual, exercițiul, problematizarea, demonstrația, simulare, joc de rol, profesor pentru 5 minute cu evaluarea comportamentului verbal, nonverbal și paraverbal pe baza grilei de (auto)evaluare din portofoliul studentului	-	-	2

4	Problema credibilității în comunicarea interpersonală și de grup. Credibilitatea inițială, derivată și finală	Prelegerea, prelegerea cu oponent, studiul individual, exercițiul, problematizarea, demonstrația, simulare, joc de rol, profesor pentru 5 minute cu evaluarea comportamentului verbal, nonverbal și paraverbal pe baza grilei de (auto)evaluare din portofoliul studentului	-	-	2
5	Problema credibilității în comunicarea interpersonală și de grup. Analiza tranzacțională (II)	Prelegerea, prelegerea cu oponent, studiul individual, exercițiul, problematizarea, demonstrația, simulare, joc de rol, profesor pentru 5 minute cu evaluarea comportamentului verbal, nonverbal și paraverbal pe baza grilei de (auto)evaluare din portofoliul studentului	-	-	2
6	Liderii și comunicarea interpersonală. Calități ale unui lider implicate în comunicarea organizațională.	Prelegerea, prelegerea cu oponent, studiul individual, exercițiul, problematizarea, demonstrația, simulare, joc de rol, profesor pentru 5 minute cu evaluarea comportamentului verbal, nonverbal și paraverbal pe baza grilei de (auto)evaluare din portofoliul studentului	-	-	4
7	Modele teoretice și practice (inter)naționale de lideri ai diverse organizații guvernamentale și nonguvernamentale	Prelegerea, prelegerea cu oponent, studiul individual, exercițiul, problematizarea, demonstrația, simulare, joc de rol, profesor pentru 5 minute cu evaluarea comportamentului verbal, nonverbal și paraverbal pe baza grilei de (auto)evaluare din portofoliul studentului	-	-	2
8	Eul și percepția în cadrul comunicării interpersonale și de grup. Eul intern vs. eul extern și nivelurile de interacțiune / negociere între euri și ceilalți/ grup.	Prelegerea, prelegerea cu oponent, studiul individual, exercițiul, problematizarea, demonstrația, simulare, joc de rol, profesor pentru 5 minute cu evaluarea comportamentului verbal, nonverbal și paraverbal pe baza grilei de (auto)evaluare din portofoliul studentului	-	-	2
9	Comunicarea interpersonală și analiza tranzacțională (III). Cele trei stări ale eului: copil, părinte, adult. Strategii de comunicare	Prelegerea, prelegerea cu oponent, studiul individual, exercițiul, problematizarea, demonstrația, simulare, joc de rol, profesor pentru 5 minute cu evaluarea comportamentului verbal, nonverbal și paraverbal pe baza grilei de (auto)evaluare din portofoliul studentului	-	-	4
10	Conflictul interpersonal. Tipuri de conflicte și posibilități de mediere și / sau rezolvare a acestora.	Prelegerea, prelegerea cu oponent, studiul individual, exercițiul, problematizarea, demonstrația, simulare, joc de rol, profesor pentru 5 minute cu evaluarea comportamentului verbal, nonverbal și paraverbal pe baza grilei de (auto)evaluare din portofoliul studentului	-	-	2
11	Aspecte ale dinamicii relaționării în comunicarea interpersonală. Etape și faze ale structurării vs. destrucurării relațiilor. Relația negociată și strategiile de confirmare vs. infirmare.	Prelegerea, prelegerea cu oponent, studiul individual, exercițiul, problematizarea, demonstrația, simulare, joc de rol, profesor pentru 5 minute cu evaluarea comportamentului verbal, nonverbal și paraverbal pe baza grilei de (auto)evaluare din portofoliul studentului	-	-	4

Bibliografie

[I] Bibliografie obligatorie:

1. Grădinaru, Ioan-Alexandru (2018), Comunicarea interpersonală, în COMUNICARE SOCIALĂ ȘI RELAȚII PUBLICE, Volumul V, Coordonator ID:Prof. dr. Petru BEJAN, Curs Învățământ la distanță, anul III semestrul I, Editura Universității "Al. I. Cuza", Iași;
2. Coman, Mihai, Mass-media, religie, spațiu public, Editura: POLIROM, 2020, ISBN: 973-46-8314-7

[II] Bibliografie facultativă/ opțională (2 titluri):

3. Gherguț, Alois, Cuvântul și condiția umană. Reflecții, proiecții și regăsiri, Polirom, 2019, ISBN: 978-973-46-7939-3
4. Hermeziu, Cristina (coord), Viața pe Facebook. Dau like, deci exist, Polirom, 2020, ISBN: 978-973-46-8070-2
8. ***, Manual de dezbateri academice. Comunicare. Retorică. Oratorie, (Traducere, adaptare și prefață de Viorel Murariu), Polirom, 2012

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Crearea/ producerea unui film video de 3 minute. Realizarea unui jurnal de comunicare interpersonală și de grup. Rolul contextului / contextelor în comunicarea interpersonală și de grup/ rezolvarea de probleme (I)	studiu de caz/ profesor pentru 5 minute, demonstrația, explicația, problematizarea, teste de (auto)evaluare, analiza unor materiale audio-video corelate cu problematica teoretică, fișe de lucru corelând concepte teoretice cu materiale audio-video /teste de (auto)evaluare pe baza grilei formative și / sau a grilei de analiză a comportamentului verbal, nonverbal și / sau paraverbal	-	-	1
2	Crearea/ producerea unui film video de 3 minute. Realizarea unui jurnal de comunicare interpersonală și de grup. Rolul contextului / contextelor în comunicarea interpersonală și de grup/ rezolvarea de probleme (II)	studiu de caz/ profesor pentru 5 minute, demonstrația, explicația, problematizarea, teste de (auto)evaluare, analiza unor materiale audio-video corelate cu problematica teoretică, fișe de lucru corelând concepte teoretice cu materiale audio-video /teste de (auto)evaluare pe baza grilei formative și / sau a grilei de analiză a comportamentului verbal, nonverbal și / sau paraverbal	-	-	2
3	Realizarea unui jurnal de comunicare interpersonală și de grup (II). Tehnici de comunicare interpersonală și de grup. Caracteristici ale comunicării interpersonal eficiente. Stiluri de comunicare asertiv vs. nonasertiv, agresiv vs. nonagresiv	studiu de caz/ profesor pentru 5 minute, demonstrația, explicația, problematizarea, teste de (auto)evaluare, analiza unor materiale audio-video corelate cu problematica teoretică, fișe de lucru corelând concepte teoretice cu materiale audio-video /teste de (auto)evaluare pe baza grilei formative și / sau a grilei de analiză a comportamentului verbal, nonverbal și / sau paraverbal	-	-	1
4	Problema credibilității în comunicarea interpersonală și de grup. Credibilitatea inițială, derivată și finală a unui lider (inter)național, la alegere. Studiu de caz (I)	studiu de caz/ profesor pentru 5 minute, demonstrația, explicația, problematizarea, teste de (auto)evaluare, analiza unor materiale audio-video corelate cu problematica teoretică, fișe de lucru corelând concepte teoretice cu materiale audio-video /teste de (auto)evaluare pe baza grilei formative și / sau a grilei de analiză a comportamentului verbal, nonverbal și / sau paraverbal	-	-	2
5	Liderii și comunicarea interpersonală. Strategii de comunicare interpersonală și de grup aplicate de liderul preferat (II)	studiu de caz/ profesor pentru 5 minute, demonstrația, explicația, problematizarea, teste de (auto)evaluare, analiza unor materiale audio-video corelate cu problematica teoretică, fișe de lucru corelând concepte teoretice cu materiale audio-video /teste de (auto)evaluare pe baza grilei formativ	-	-	2

6	Eul și percepția în cadrul comunicării interpersonale și de grup. Eul intern vs. eul extern și nivelurile de interacțiune / negocieri între euri și ceilalți/ grup (aplicație la studiul de caz: liderul ales)	studiu de caz/ profesor pentru 5 minute, demonstrația, explicația, problematizarea, teste de (auto)evaluare, analiza unor materiale audio-video corelate cu problematica teoretică, fișe de lucru corelând concepte teoretice cu materiale audio-video /teste de (auto)evaluare pe baza grilei formative și / sau a grilei de analiză a comportamentului verbal, nonverbal și / sau paraverbal	-	-	2
7	Realizarea unui jurnal de comunicare interpersonală și de grup. Conflictul interpersonal. Tipuri de conflicte și posibilități de mediere și / sau rezolvare a acestora (aplicație la studiul de caz: liderul ales)	studiu de caz/ profesor pentru 5 minute, demonstrația, explicația, problematizarea, teste de (auto)evaluare, analiza unor materiale audio-video corelate cu problematica teoretică, fișe de lucru corelând concepte teoretice cu materiale audio-video /teste de (auto)evaluare pe baza grilei formative	-	-	2
8	Realizarea unui jurnal de comunicare interpersonală și de grup. Aspecte ale dinamicii relaționării în comunicarea interpersonală. Etape și faze ale structurării vs. destructurării relațiilor. Relația negociată și strategiile de confirmare vs. infirmare (cu aplicație la liderul (inter)național ales)	studiu de caz/ profesor pentru 5 minute, demonstrația, explicația, problematizarea, teste de (auto)evaluare, analiza unor materiale audio-video corelate cu problematica teoretică, fișe de lucru corelând concepte teoretice cu materiale audio-video /teste de (auto)evaluare pe baza grilei formative și / sau a grilei de analiză a comportamentului verbal, nonverbal și / sau paraverbal	-	-	2

Bibliografie

I] Bibliografie obligatorie:

1. Grădinaru, Ioan-Alexandru (2018), Comunicarea interpersonală, în COMUNICARE SOCIALĂ ȘI RELAȚII PUBLICE, Volumul V, Coordonator ID:Prof. dr. Petru BEJAN, Curs Învățământ la distanță, anul III semestrul I, Editura Universității "Al. I. Cuza", Iași,;
2. Coman, Mihai, Mass-media, religie, spațiu public, Editura: POLIROM, 2020, ISBN: 973-46-8314-7

[II] Bibliografie facultativă/ opțională (2 titluri):

3. Gherguț, Alois, Cuvântul și condiția umană. Reflecții, proiecții și regăsiri, Polirom, 2019, ISBN: 978-973-46-7939-3
4. Hermeziu, Cristina (coord), Viața pe Facebook. Dau like, deci exist, Polirom, 2020, ISBN: 978-973-46-8070-2
5. ***, Manual de dezbateri academice. Comunicare. Retorică. Oratorie, (Traducere, adaptare și prefață de Viorel Murariu), Polirom, 2012

Resurse online:

<https://caplimpede.ro/top-10-cele-mai-urgente-probleme-din-lume-foto-video/?cn-reloaded=1>
https://www.realitatea.net/cele-mai-urgente-i-grave-10-probleme-din-lume-liderii-mondiali-inca-nu-au-gasit-soluii_1964313_foto_1529426.html#galerie
<https://www.atuconsulting.ro/index.php/articole/245-despre-cele-trei-stari-ale-eului-copil-parinte-adult.html>
<https://psychologies.ro/cunoaste-te/dezvoltare-personala-cunoaste-te-2/analiza-tranzactionala-357635>

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

Coroborarea cursului cu aspecte de comunicare interpersonală și de grup din presa locală și/ sau națională sau internațională (de ex., lideri locali vs. naționali vs. mondiali, conflicte locale vs. naționale vs. internaționale etc.), crearea unui portofoliu de dezbateri a unor probleme de comunicare și relații publice naționale/ județene/ dezbătute în presa locală/ națională/ globală

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Evaluare formativă, continuă, intervenții personalizate și creative pe parcursul cursurilor / prin aplicarea unor metode de comunicare interpersonală și de grup, implicarea activă.	Grila de comunicare orală scrisă (indicatori verbali, nonverbali, paraverbali) și respectarea indicatorilor și a criteriilor în timpul intervențiilor orale și/sau scrise.	10

- în timpul activității practice	Evaluare formativă continuă. Implicarea susținută la cercetările practice și inițiativele personale. cunoașterea teoretică și aplicarea practică a celor studiate la curs.	Eseuri, referate, lucrări practice pe tematica studiată.	30
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Testarea cunoștințelor teoretice dobândite pe parcursul cursului.	Examen sumativ scris.	60
- examen practic final	-	-	0
Standard minim de performanță: Este necesară întocmirea de referat/eseu/proiect pentru acces la examen. Realizarea punctajului pentru nota 5 însumează evaluarea cunoștințelor teoretice și activitatea la seminare. Aceasta presupune participarea activă și implicarea la orele de curs și seminar, susținerea materialelor redacționale și rezolvarea a minimum jumătate dintre subiectele supuse examinării.			

11. Orar consultații studenți

Conf dr Szekely Eva-Monica	câte 30 de minute după fiecare curs
----------------------------	-------------------------------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Psihologia consumatorului			
2.2 Titularul activităților de curs: Lect dr Pașcan Emil-Marius			
2.3 Titularul activităților practice: lect. dr. Marius Pașcan			
2.4 Anul de studii: II	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Opt

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 6	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 42	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 38		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 18		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 25		
- tutorial: 0		
- examinări: 2		
- alte activități: 0		
3.8 Total ore de studiu individual: 83		
3.9 Total ore pe semestru: 125		
3.10 Număr de credite: 5		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
Sală dotată cu videoproiector
5.2 a activităților practice:
Sală dotată cu videoproiector

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
CP1. Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării;
CP 1.1 Definirea principalelor concepte specifice domeniului, utilizarea lor și a terminologiei de specialitate în situații multiple
CP 1.2 Explicarea conceptuală a situațiilor de comunicare și a problemelor de specialitate în domeniu.
CP 1.3 Aplicarea principiilor deontologice și a normelor etice care stau la baza organizării și funcționării activităților specifice domeniului de specialitate, descrierea modului de organizare a profesiei și a valorilor acesteia.
CP 2. Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC);
CP 2.1 Identificarea și înțelegerea teoriilor cu privire la gestiunea informațiilor, comunicarea mediatică, sistemele

media, dinamica acestora și la efectele comunicării mediatice. CP 2.2 Identificarea particularităților utilizării specializate a diverselor tipuri media în comunicare. CP 2.3 Utilizarea tehnologiilor adecvate în realizarea și comunicarea profesionalizată a diverselor produse de informare, cu respectarea dreptului publicului de a fi informat corect. CP 2.4 Utilizarea unor criterii și metode standard de evaluare a calității și limitelor folosirii diverselor tehnologii în cadrul unor acte concrete de informare și comunicare.. CP 2.5 Realizarea de portofolii cu privire la dimensiunea mediatică a unui act de informare și/ sau comunicare profesionalizată. CP 3. Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în procesul de relații publice; CP 4. Realizarea și promovarea unui produs de relații publice;
6.2 transversale: CT1. Rezolvarea în mod realist, cu argumentare atât teoretică, cât și practică, a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora; CT2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice; CT3. Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii.
6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general: - capacitatea de analiză și sinteză; - capacitatea de a empatiza cu mediul social; - abilitatea de a percepe corect și de a exploata eficient tendințele sociale, politice și economice de imagine și conținut; - capacitatea de asimilare critică, prelucrare, coroborare și exploatare a informației teoretice; - stăpânirea resurselor limbajului verbal, paraverbal și nonverbal în comunicare.
7.2 Obiective specifice: - elaborarea și gestionarea de campanii de relații publice; - elaborarea și gestionarea de strategii publicitare; - aplicarea metodelor și tehnicilor de cercetare sociologică în domeniul relațiilor publice și al publicității; - implementarea și dezvoltarea sistemelor de comunicare organizațională în plan intern și extern; - dezvoltarea abilităților de mediator pentru managementul crizelor și conflictelor; - dezvoltarea capacităților de comunicare interpersonală, inter-instituțională, interculturală și internațională.

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Introducere în comportamentul și psihologia consumatorului; Concepte de bază: Consumator. Cumpărător, Plătitor. Procesul decizional de cumpărare	Prelegere, exemplificare, interacțiune, dialog	-	-	2
2	Psihologia consumatorului - Factori de influențare a comportamentului consumatorului	Prelegere, exemplificare, interacțiune, dialog	-	-	2
3	Cercetarea în domeniul psihologiei consumatorului	Prelegere, exemplificare, interacțiune, dialog	-	-	2
4	Teoriile motivației. Principiile motivaționale utilizate în marketing	Prelegere, exemplificare, interacțiune, dialog	-	-	2
5	Mecanisme atitudinale fundamentale. Teoria învățării (Learn-Like-Do) Teoria disonanței cognitive (Do-Like-Learn)	Prelegere, exemplificare, interacțiune, dialog	-	-	2
6	Mecanisme atitudinale fundamentale. Teoria implicării minimale (Learn-Do-Like) Teoria impulsului de cumpărare (Like-Do-Learn)	Prelegere, exemplificare, interacțiune, dialog	-	-	2
7	Mecanisme atitudinale fundamentale. Teoria învățării atribuite (Like-Learn-Do) Teoria promoțiilor (Do-Learn-Like)	Prelegere, exemplificare, interacțiune, dialog	-	-	2
8	Mecanisme psihologiei contextuale. Percepția și fenomenele perceptive.	Prelegere, exemplificare, interacțiune, dialog	-	-	2
9	Marketingul experimental. Percepția consumatorului privind calitatea unui produs.	Prelegere, exemplificare, interacțiune, dialog	-	-	2

10	Satisfacția și loialitatea consumatorului.	Prelegere, exemplificare, interacțiune, dialog	-	-	2
11	Teoriile personalității consumatorilor	Prelegere, exemplificare, interacțiune, dialog	-	-	2
12	Stilul de viață. Psihografia. Imaginea de sine. Stima de sine. Segmentarea consumatorilor	Prelegere, exemplificare, interacțiune, dialog	-	-	2
13	Noile tendințe privind comportamentul consumatorului	Prelegere, exemplificare, interacțiune, dialog	-	-	2
14	Recapitularea principalelor noțiuni și tehnici	Prelegere, exemplificare, interacțiune, dialog	-	-	2

Bibliografie

Gueguen, Nicolas – „Psihologia consumatorului. Factorii care ne influențează comportamentul de consum”, Editura Polirom, Iași, 2006

Chelcea, Septimiu - „Psihologia publicității. Despre reclamele vizuale”, Editura Polirom, Iași, 2012

Daffy, C., „Client o dată, client mereu. Cum să oferi servicii care îți fidelizează clienții”, Ed. Publica, București, 2009

Dobre, C., „Comportamentul consumatorului și practica de marketing”, Ed. Mirton, Timișoara, 2005

Iliescu, D., Petre, D., „Psihologia reclamei și a consumatorului”, Comunicare.ro, București, 2004

Timm, P.R., „50 de idei puternice pentru a vă păstra clienții”, Ed. Meteor Press, București, 2008

Solomon, M.R., 2017. Consumer Behavior: Buying, Having, and Being. 12th ed. Boston, MA: Pearson.

Schiffman, L.G. și Wisenblit, J., 2019. Consumer Behavior. 12th ed. Pearson.

Hoyer, W.D., MacInnis, D.J., și Pieters, R., 2020. Consumer Behavior. 7th ed. Cengage Learning.

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Introducere în comportamentul și psihologia consumatorului; Concepte de bază: Consumator. Cumpărător, Plătitor. Procesul decizional de cumpărare	Explicație, discuție colectivă, problematizare, exerciții, aplicații practice.	-	-	2
2	Cercetarea calitativă a comportamentului consumatorului. Explicații privind redactarea raportului de cercetare	Explicație, discuție colectivă, problematizare, exerciții, aplicații practice.	-	-	2
3	Prezentarea individuală a rapoartelor de cercetare calitativă	Explicație, discuție colectivă, problematizare, exerciții, aplicații practice.	-	-	2
4	Prezentarea de echipă a rapoartelor de cercetare cantitativă	Explicație, discuție colectivă, problematizare, exerciții, aplicații practice.	-	-	2
5	Comunicarea cu consumatorii. Tipologia SONCES a consumatorilor	Explicație, discuție colectivă, problematizare, exerciții, aplicații practice.	-	-	2
6	Feed-back-ul rapoartelor de cercetare cantitativă. Feed-back personal privind maniera de comunicare non-verbală observată în cadrul prezentărilor de echipă	Explicație, discuție colectivă, problematizare, exerciții, aplicații practice.	-	-	2
7	Recapitularea principalelor noțiuni, aplicații și tehnici	Explicație, discuție colectivă, problematizare, exerciții, aplicații practice.	-	-	2

Bibliografie

Chelcea, Septimiu - „Psihosociologie aplicată. Publicitatea”, Editura Polirom, Iași, 2016

Beckwith, H., Ce-și doresc clienții noștri. Ghid pentru dezvoltarea afacerii, Ed. Polirom, Iași, 2007

Bruhn, M., Orientarea spre client. Temelia afacerii de succes, Ed. Economică, București, 2001

Carter, D., Green, J., Clienți forever!, Ed. Almatea, București, 2006

Amado, Gilles; Guittet, Andre - „Psihologia comunicării în grupuri”, Editura Polirom, Iași, 2007

Moscovici, Serge; Markova, Ivana - „Psihologia socială modernă”, Editura Polirom, Iași, 2011

Hoyer, W.D., MacInnis, D.J., și Pieters, R., 2020. Consumer Behavior. 7th ed. Cengage Learning.

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

Conținutul disciplinei este corelat și subsumat provocărilor practice și concrete instituționale, așteptărilor de pe piața muncii, comunicării publice și nevoii de relaționare eficientă cu și prin mass-media, precum și social-media.

De asemenea, prin specificul său, acest curs creează competențele specifice pentru efectuarea unor analize de piață, pe baza psihologiei consumatorului, cercetării psiho-sociologice, studii de piață, promovare și publicitate, pe baza trendurilor și a specificităților instituționale, a cererilor pieței de specialitate.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Evaluare formativă, continuă, intervenții personalizate și creative pe parcursul cursurilor / prin aplicarea unor metode de comunicare interpersonală și de grup, implicarea activă.	Grila de comunicare orală scrisă (indicatori verbali, nonverbali, paraverbali) și respectarea indicatorilor și a criteriilor în timpul intervențiilor orale și/sau scrise.	10
- în timpul activității practice	Evaluare formativă continuă. Implicarea susținută la cercetările practice și inițiativele personale. cunoașterea teoretică și aplicarea practică a celor studiate la curs.	Eseuri, referate, lucrări practice pe tematica studiată.	30
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Testarea cunoștințelor teoretice dobândite pe parcursul cursului.	Examen sumativ scris.	60
- examen practic final	-	-	0

Standard minim de performanță:

Este necesară întocmirea de referat/eseu/proiect pentru acces la examen. Realizarea punctajului pentru nota 5 însumează evaluarea cunoștințelor teoretice și activitatea la seminare. Aceasta presupune participarea activă și implicarea la orele de curs și seminar, susținerea materialelor redacționale și rezolvarea a minimum jumătate dintre subiectele supuse examinării.

11. Orar consultații studenți

Lect dr Pașcan Emil-Marius	În fiecare zi de miercuri a săptămânii, între orele 14-16.
----------------------------	--

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Comunicare în leadership			
2.2 Titularul activităților de curs: Lect dr Sonea Adrian			
2.3 Titularul activităților practice:			
2.4 Anul de studii: II	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Opt

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 6	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 42	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 38		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 18		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 25		
- tutorial: 0		
- examinări: 2		
- alte activități: 0		
3.8 Total ore de studiu individual: 83		
3.9 Total ore pe semestru: 125		
3.10 Număr de credite: 5		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
-
5.2 a activităților practice:
-

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
CP1. Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării;
CP 1.1 Definirea principalelor concepte specifice domeniului, utilizarea lor și a terminologiei de specialitate în situații multiple
CP 1.2 Explicarea conceptuală a situațiilor de comunicare și a problemelor de specialitate în domeniu.
CP 1.3 Aplicarea principiilor deontologice și a normelor etice care stau la baza organizării și funcționării activităților specifice domeniului de specialitate, descrierea modului de organizare a profesiei și a valorilor acesteia.
CP 1.5 Elaborarea unor proiecte specifice de investigație și intervenție în domeniul de specialitate.
CP 5. Asistență de specialitate în gestionarea comunicării de criză și/sau în mediarea conflictelor de comunicare.

CP 5.1 Utilizarea corectă a principalelor metode, tehnici, tactici și strategii de comunicare și/ sau mediere.
CP 5.2 Utilizarea instrumentarului retoric, argumentativ și semiotic pentru înlăturarea unor disfuncționalități în comunicare și/ sau mediere.
CP 5.3 Utilizarea strategiilor și metodelor de comunicare în gestionarea situațiilor de criză și/ sau mediere.
CP 5.4 Evaluarea critică a metodelor și modelelor folosite în gestionarea comunicărilor de criză și/ sau de mediere a conflictelor de comunicare.
CP 5.5 Elaborarea unui plan de comunicare de criză și/ sau de mediere a unui conflict de comunicare.
6.2 transversale:
CT2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice.
6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:
- Însușirea capacității de a descifra rapid mesajul transmis de partenerul de comunicare/negociere / Acquiring the ability to quickly decipher the message sent by the communication / negotiation partner.
- Utilizarea adecvată a tehnicilor de comunicare/negociere în funcție de partenerii de comunicare/negociere / Appropriate use of communication / negotiation techniques based on communication / negotiation partners.
- Dezvoltarea capacității de comunicare/negociere / Developing communication / negotiation skills.
- Formarea deprinderilor necesare realizării și implementării strategiei de comunicare/negociere / Developing the skills needed to implement the communication / negotiation strategy.
7.2 Obiective specifice:
- Cunoașterea și utilizarea adecvată a noțiunilor specifice comunicării și negocierii în leadership, explicarea și interpretarea unor idei, proiecte, procese, precum și a conținuturilor teoretice și practice ale disciplinei.
- Conceperea și evaluarea activităților practice specifice de comunicare și negociere.
- Utilizarea creativă a unor metode, tehnici și instrumente de comunicare și negociere.
- Valorificarea optimă a propriului potențial în activitățile didactice, profesionale și științifice.
- Implicarea în dezvoltarea personală și în promovarea dezvoltării durabile.
- Angajarea în relații de parteneriat cu alte persoane/instituții cu responsabilități similare.
- Participarea la propria dezvoltare umană și profesională.

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Legile comunicării / Communication laws	Prelegere interactivă	-	-	2
2	Modelul integrat al comunicării și schimbării / The integrated model of communication and change	Prelegere interactivă	-	-	2
3	Subtilitățile limbajului verbal: metalimbajul / The subtleties of verbal language: the metalanguage	Prelegere interactivă	-	-	2
4	Folosirea limbajului nonverbal în leadership / Using the nonverbal language in leadership.	Prelegere interactivă	-	-	2
5	Personalitate și comunicare / Personality and communication.	Prelegere interactivă	-	-	4
6	Ascultare activă în dialog / Active listening in dialogue	Prelegere interactivă	-	-	2
7	Tehnici de utilizare a creativității grupului / Techniques for using the group creativity	Prelegere interactivă	-	-	2
8	Comunicare interculturală / Intercultural communication	Prelegere interactivă	-	-	2
9	Strategii de negociere / Negotiation strategies	Prelegere interactivă	-	-	2
10	Tacticile și tehnicile de negociere / Negotiation tactics and techniques	Prelegere interactivă	-	-	2
11	Negotiation roles and teams / Roluri și echipe de negociere	Prelegere interactivă	-	-	2
12	Managementul și negocierea conflictelor / Conflict management and negotiation	Prelegere interactivă	-	-	4

Bibliografie

Bibliografie

1. Sonea A., „Comunicare și negociere în afaceri”, note de curs, actualizat.
2. Avram TRIPON - Comunicarea si negociere în organizații, ed. Universității 'Petru Maior' Tg. Mureș, 2017
3. Pease, A., Limbajul trupului, Editura: POLIMARK, București, 2002.
4. Pease, A., Garner A., Limbajul vorbirii - Arta conversației, Editura: Polimark, 2002.
5. Prutianu Ș., Manual de comunicare și negociere în afaceri, vol. I. – Comunicarea, Editura Polirom, Iași, 2007.
6. Prutianu, Ș., Antrenamentul abilităților de negociere, Editura POLIROM, Iași, 2007.

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Discursul public și comunicarea persuasivă Public lecture and persuasive speech	Aplicații Applications	-	-	1
2	Folosirea metalimbajului Using metalanguage	Joc de rol Role play	-	-	2
3	Detectarea mincinoșilor prin analiza limbajului nonverbal Detecting liars by analyzing the nonverbal language	Joc de rol Role play	-	-	2
4	Tipologia psihologică Myers-Briggs Myers-Briggs Type Indicator	Aplicații Applications	-	-	2
5	Tehnici de utilizare a creativității grupului Techniques for using the group creativity	Aplicații Applications	-	-	1
6	Comunicare interculturală Intercultural communication	Studiu de caz Case study	-	-	1
7	Legile psihologice ale manipulării Psychological laws of manipulation	Aplicații și exemple Applications and examples	-	-	1
8	Negocierea în afaceri Business negotiation	Joc de rol Role play	-	-	2
9	Managementul conflictelor Conflict management	Joc de rol Role play	-	-	2

Bibliografie

Bibliografie

1. Sonea Adrian, „Comunicare și negociere în afaceri”, note de curs, actualizat.
2. Avram TRIPON - Comunicarea si negociere în organizații, ed. Universității 'Petru Maior' Tg. Mureș, 2017
3. Stefan Prutianu Tratat de comunicare si negociere in afaceri Editura: POLIROM 2008

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

Competențele acumulate permit angajaților din domeniul relațiilor publice să se manifeste pentru:

- a coordona echipe axate pe o anumită sarcină;
- a îndeplini o funcție de conducere în cadrul departamentului de relații publice, dar nu numai;
- a coordona o situație complexă ivită într-o situație de criză etc.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Evaluare formativă, continuă, intervenții personalizate și creative pe parcursul cursurilor / prin aplicarea unor metode de comunicare interpersonală și de grup, implicarea activă.	Grila de comunicare orală scrisă (indicatori verbali, nonverbali, paraverbali) și respectarea indicatorilor și a criteriilor în timpul intervențiilor orale și/sau scrise.	10
- în timpul activității practice	Evaluare formativă continuă. Implicarea susținută la cercetările practice și inițiativele personale. cunoașterea teoretică și aplicarea practică a celor studiate la curs.	Eseuri, referate, lucrări practice pe tematica studiată.	30
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Testarea cunoștințelor teoretice dobândite pe parcursul cursului.	Examen sumativ scris.	60

- examen practic final	-	-	0
---------------------------	---	---	---

Standard minim de performanță:
Este necesară întocmirea de referat/eseu/proiect pentru acces la examen. Realizarea punctajului pentru nota 5 însumează evaluarea cunoștințelor teoretice și activitatea la seminare. Aceasta presupune participarea activă și implicarea la orele de curs și seminar, susținerea materialelor redacționale și rezolvarea a minimum jumătate dintre subiectele supuse examinării.

11. Orar consultații studenți

Lect dr Sonea Adrian	
----------------------	--

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Organizarea de evenimente			
2.2 Titularul activităților de curs: Lect dr Cistelean Alexandru			
2.3 Titularul activităților practice: Cistelean Alexandru			
2.4 Anul de studii: III	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: E	2.7 Regimul disciplinei: Obl

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 6	3.2 din care curs: 2	3.3 activități practice: 4
3.4 Total ore din planul de învățământ: 42	3.5 din care curs: 14	3.6 activități practice: 28
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 20		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 14		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 24		
- tutorial: 0		
- examinări: 0		
- alte activități: 0		
3.8 Total ore de studiu individual: 58		
3.9 Total ore pe semestru: 100		
3.10 Număr de credite: 4		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum: nu este cazul
4.2 de competențe: nu este cazul

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: -
5.2 a activităților practice: Sala sa fie dotată cu un proiector

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: C1. Cunoașterea și înțelegerea secvențelor specifice organizării unui eveniment. C1.1. Înțelegerea structurii unui proiect de eveniment. C1.2. Dobândirea abilității de a utiliza cele mai relevante categorii și teorii dezvoltate în marginea conceptului de management al evenimentelor. C1.3. Capacitatea de a facilita desfășurarea secvențelor de comunicare implicate în managementul evenimentului și de a interveni în direcția prevenirii/rezolvării conflictelor în scopul eficientizării activităților. C2. Utilizarea integrată a aparatului conceptual și metodologic, în condiții de informare incompletă, pentru a rezolva probleme teoretice și practice noi. C2.1. Capacitatea de a dezvolta un concept creativ pe marginea unui brief de eveniment. C2.2. Dobândirea abilității de a elabora un scenariu specific.
--

C2.3. Dobândirea abilității de a construi un plan operational adecvat.
C2.4. Capacitatea de a evalua cât mai acurat conceptul și rezultatele unui eveniment.
6.2 transversale: CT1. Rezolvarea în mod realist - cu argumentare atât teoretică, cât și practică - a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora CT2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipă multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice
6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general: Înșușirea cunoștințelor și abilităților necesare unui manager de eveniment în contextul dezvoltării continue a pieței specifice și formarea capacității de a utiliza instrumentele de comunicare strategică în planificarea și organizarea evenimentelor.
7.2 Obiective specifice: Studentii care finalizează cu succes această disciplină vor fi capabili să: - elaboreze un proiect de eveniment și un plan operational; - creeze un concept creativ și un scenariu potrivit acestuia; - identifice și utilizeze cele mai bune metode de promovare; - evalueze rezultatele organizării unui eveniment.

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Introducere în managementul organizării de evenimente	Prelegere, problematizare, studii de caz	-	-	2
2	Crearea de evenimente; proceduri necesare managementului evenimentelor	Prelegere, problematizare, studii de caz	-	-	2
3	Cercetarea prealabilă (organizare preliminară, fezabilitate, testare)	Prelegere, problematizare, studii de caz	-	-	2
4	Scenariul și punerea în scenă	Prelegere, problematizare, studii de caz	-	-	2
5	Managementul financiar al evenimentului	Prelegere, problematizare, studii de caz	-	-	2
6	Identificarea locului de desfășurare. Elemente de logistică	Prelegere, problematizare, studii de caz	-	-	2
7	Stabilirea planului operational	Prelegere, problematizare, studii de caz	-	-	2

Bibliografie

1. Lynn van der Wagen, Brenda R. Carlos, Event Management for Tourism, Cultural, Business, and Sporting Events, Pearson, 2020
2. Sue Beeton, Alison Morrison, The Study of Food, Tourism, Hospitality and Events, Springer, 2019

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Ce sunt evenimentele? Exemple de reușite și eșecuri	Problematizare, studii de caz, discuții dirijate, proiectii video	-	-	4
2	Conceptul creativ. Aplicație mind-mapping	Problematizare, studii de caz, discuții dirijate, proiectii video	-	-	4
3	Managementul financiar. Aplicație buget	Problematizare, studii de caz, discuții dirijate, proiectii video	-	-	4
4	Branduri și evenimente	Problematizare, studii de caz, discuții dirijate, proiectii video	-	-	4
5	Locuri de desfășurare non-standard	Problematizare, studii de caz, discuții dirijate, proiectii video	-	-	4
6	Scenariul și punerea în scenă	Problematizare, studii de caz, discuții dirijate, proiectii video	-	-	4
7	Discuții concluzive și recapitulative	Problematizare, studii de caz, discuții dirijate, proiectii video	-	-	4

Bibliografie

1. Matt Hills, Doctor Who: the unfolding event - marketing, merchandising and mediatizing a brand anniversary, Palgrave Macmillan, 2015
2. Alexis Papathanassis et al., Yellow Tourism: Crime and Corruption in the Holiday Sector, Springer International, 2019

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

Conținutul prelegerilor și activitățile de seminar sunt astfel concepute încât studenții să-și perfecționeze competențele necesare îndeplinirii sarcinilor de organizare a evenimentelor în mod profesionist. În plus, studenții sunt ajutați să-și însușească o parte a cunoștințelor și abilităților necesare unui manager de evenimente pe o piață competitivă și în continuă dezvoltare. Discutarea aspectelor teoretice în corelație cu studii de caz relevante este menită să îi pregătească pe studenți pentru situațiile concrete pe care le vor întâlni în calitate de organizatori de evenimente, având în vedere faptul că acest instrument a devenit de neocolit astăzi.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Insusirea cunostintelor, atentie si participare la discutii	Discutii, prezentari	20
- în timpul activității practice	Participarea la discutii, capacitatea de aplicare a conceptelor, realizarea de proiecte si referate	Discutii, proiecte, referate	20
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Insusirea cunostintelor si capacitatea de a le aplica	Examen scris	30
- examen practic final	Realizarea unui proiect de organizare de eveniment	Proiect	30
Standard minim de performanță: Insusirea conceptelor de baza, realizarea unui proiect pentru seminar			

11. Orar consultații studenți

Lect dr Cistelean Alexandru	Marti, 12-14
-----------------------------	--------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Tehnici de redactare			
2.2 Titularul activităților de curs: Lect dr Cistelean Alexandru			
2.3 Titularul activităților practice: Alexandru Cistelean			
2.4 Anul de studii: III	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: E	2.7 Regimul disciplinei: Obl

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 6	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 42	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 14		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 20		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 22		
- tutorial: 0		
- examinări: 2		
- alte activități: 0		
3.8 Total ore de studiu individual: 58		
3.9 Total ore pe semestru: 100		
3.10 Număr de credite: 4		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
Sala sa fie dotată cu un proiector și conexiune internet
5.2 a activităților practice:
Sala sa fie dotată cu un proiector și conexiune internet

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
C 3. Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în procesul de relații publice
C 3.1 Definirea conceptelor, teoriilor, paradigmelor și metodologiilor utilizate în analiza comunicării.
C 3.3 Utilizarea unor metode de cercetare pentru definirea problemelor de interes public și rezolvarea acestora prin modele de planificare specifice.
C 3.4 Identificarea și utilizarea unor tehnici și indicatori relevanți pentru monitorizarea și evaluarea proceselor de comunicare.
C 3.5 Elaborarea unui plan de comunicare eficientă în situații definite de comunicare publică.
Prezentarea rezultatelor unei cercetări de relații publice într-un format standard de comunicare.
C 4. Realizarea și promovarea unui produs de relații publice
C 4.1. Identificarea conceptelor și metodelor adecvate dezvoltării unui produs de RP.

C 4.5. Elaborarea documentației pentru prezentarea unui produs RP. Prezentarea unui produs realizat în cadrul practicii profesionale C 5. Asistență de specialitate în gestionarea comunicării de criză și/ sau medierea conflictelor de comunicare C 5.1 Utilizarea corectă a principalelor metode, tehnici, tactici și strategii de comunicare și/ sau mediere. C 5.2 Utilizarea instrumentarului retoric, argumentativ și semiotic pentru înlăturarea unor disfuncționalități în comunicare și/ sau mediere. C 5.3 Utilizarea strategiilor și metodelor de comunicare în gestionarea situațiilor de criză și/ sau mediere. C 5.4 Evaluarea critică a metodelor și modelelor folosite în gestionarea comunicărilor de criză și/ sau de mediere a conflictelor de comunicare. C 5.5 Elaborarea unui plan de comunicare de criză și/ sau de mediere a unui conflict de comunicare.
6.2 transversale: CT1 Rezolvarea în mod realist – cu argumentare atât teoretică, cât și practică – a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora.
6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general: Disciplina își propune să formeze competențe în domeniul tehnicilor și strategiilor de redactare a textului, la nivelul diferitelor niveluri media, precum și în domeniul jurnalistic, din perspectiva relației dintre strategiile cognitive și strategiile lingvistice (a relației indestructibile dintre limbă și gândire).
7.2 Obiective specifice: formarea competențelor de redactare a textului în domeniul mediatic; formarea competențelor de elaborare a unui articol de presă, din perspectiva etapelor specifice, a strategiilor de elaborare, a situațiilor de comunicare media

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Principiile redactării de materiale pentru relațiile publice	Prelegere, problematizare	-	-	2
2	Conținutul: simplificarea lucrurilor complicate	Prelegere, problematizare, studii de caz	-	-	2
3	Comunicarea scrisă: redactarea unui CV, a unei scrisori de intenție, conceperea și realizarea cărților de vizită	Problematizare, demonstrații interactive, discuții dirijate	-	-	2
4	Construcția textului jurnalistic	Prelegere, studii de caz	-	-	4
5	Tehnologie mediatică: titlul și elementele de titrare	Problematizare, exercitii de stil, studii de caz, metoda discutiei dirijate	-	-	2
6	Tehnologie mediatică: ilustrațiile	Studii de caz, demonstrații interactive, metoda brainstormingului	-	-	2
7	Metode și tehnici de exprimare în genurile publicistice (relatarea, comentariul, editorialul, articolul, reportajul, foiletonul, pamfletul, recenzia)	Studii de caz, discuții dirijate, demonstrații interactive	-	-	2
8	Principii de redactare în presa de opinie	Prelegere, studii de caz, discuții dirijate	-	-	2
9	Principii de redactare în presa specializată	Problematizare, studii de caz, discuții	-	-	2
10	Modalități de scriere interactivă	Problematizare, studii de caz, demonstrații interactive	-	-	2
11	Specificul redactării pentru TV	Problematizare, studii de caz, discuții dirijate, demonstrații interactive	-	-	2
12	Ipostaze ale „naratorului” în genurile publicistice	Prelegere, studii de caz	-	-	2
13	Ce este stilul	Prelegere	-	-	2

Bibliografie

Obligatorie:

Christopher Gales et al., The Product is Docs: Writing Technical Documentation in a Product Development Group, 2020

Daniel Stockemer, Quantitative Methods for Social Sciences: A Practical Introduction, Springer International, 2019

Optional:

Coman Mihai, Manual de jurnalism, Editura Polirom, 2001.

Ferreol Gilles, Flageul Noël, Metode si tehnici de exprimare scrisa si orala, Editura Polirom, Iasi, 1998.
Preda, Sorin, Tehnici de redactare în presa scrisă, Iași, Polirom, 2006

Optionala:

Kate Turabian, A Manual for Writers of Research Papers, Theses, and Dissertations, Chicago Press, 2013

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Tehnica pro și contra	Studii de caz, discutii dirijate	-	-	1
2	Tehnica titlurilor in presa locala	Studii de caz, discutii dirijate, demonstratii interactive	-	-	1
3	Tehnica titlurilor în presa internațională	Studii de caz, discutii dirijate, demonstratii interactive	-	-	2
4	Tehnica interviului în presa locală	Studii de caz, discutii dirijate, demonstratii interactive	-	-	2
5	Tehnica interviului în presa internationala	Studii de caz, discutii dirijate, demonstratii interactive	-	-	1
6	Tehnici de realizare a foiletonului (cu aplicație pe presa social-politică)	Problematizare, studii de caz, discutii dirijate, demonstratii interactive	-	-	1
7	Tehnici de realizare a Comentariului în presa locală	Problematizare, studii de caz, discutii dirijate, demonstratii interactive	-	-	1
8	Tehnici de realizare a comentariului în presa internațională	Proiectii video, studii de caz, discutii dirijate, demonstratii interactive	-	-	1
9	Metode si tehnici ale editorialul în presa locală	Studii de caz, discutii dirijate, demonstratii interactive	-	-	2
10	Metode și tehnici ale editorialului în presa internațională	Studii de caz, discutii dirijate, demonstratii interactive	-	-	2

Bibliografie

Obligatoriu:

Adrian Wallwork, Anna Southern, 100 Tips to Avoid Mistakes in Academic Writing and Presenting, Springer, 2020
Marialuisa Aliotta, Mastering Academic Writing in the Sciences: A Step By Step Guide, CRC Press, 2018

Optional:

Bălănescu, Olga, Redactare de texte. Cum să scriem corect, Ariadna 198, 2007
Aronson, Merry, Ghidul redactării în relații publice. Era digitală, Anesta Publishing, 2008
Popescu, Cristian-Florin, Manual de jurnalism. Genurile redacționale, Tritonic, 2005

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

Studiul disciplinei Tehnici de redactare permite studentilor accesul la strategiile de comunicare media, la delimitarea genurilor jurnalistice (cunostinte fundamentale necesare pentru următoarele etape de studiu, master, doctorat).

Permite conștientizarea relației indestructibile dintre limbă și gândire, fundamentală pentru coerența discursului media, utilizat în jurnalistică și mass-media contemporană, de specialiști în domeniu, de cercetători

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Cunoștințe teoretice și aplicative/teme	Verificare pe parcurs	20
- în timpul activității practice	Analize lingvistice - dificultăți și confuzii	Portofoliu/Prezentare/Participare la discutii	30
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Cunoștințe teoretice și aplicative/semestru	Examen scris	30
- examen practic final	Realizarea unei lucrări academice conform standardelor utilizate	Lucrare	20

Standard minim de performanță:

Elaborarea unui proiect sau cel puțin a unei părți a unui asemenea proiect, aplicând atât cunoștințe, teorii și metode de diagnoză și intervenție, cât și norme și principii de etică profesională.

11. Orar consultații studenți

Lect dr Cistelecan Alexandru	Marti, 12-14
------------------------------	--------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Dreptul comunicării			
2.2 Titularul activităților de curs: Lect dr Pașcan Emil-Marius			
2.3 Titularul activităților practice: -			
2.4 Anul de studii: III	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Opt

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 4	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 0
3.4 Total ore din planul de învățământ: 28	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 0
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 35		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 15		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 17		
- tutorial: 3		
- examinări: 2		
- alte activități: 0		
3.8 Total ore de studiu individual: 72		
3.9 Total ore pe semestru: 100		
3.10 Număr de credite: 4		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
Sala dotată cu aparatură multimedia.
5.2 a activităților practice:
-

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
CP1. Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării;
CP 1.1 Definirea principalelor concepte specifice domeniului, utilizarea lor și a terminologiei de specialitate în situații multiple
CP 1.2 Explicarea conceptuală a situațiilor de comunicare și a problemelor de specialitate în domeniu.
CP 1.3 Aplicarea principiilor deontologice și a normelor etice care stau la baza organizării și funcționării activităților specifice domeniului de specialitate, descrierea modului de organizare a profesiei și a valorilor acesteia.
CP 1.4 Aplicarea legislației naționale și europene privind liberul acces la informație, proprietatea intelectuală, drepturile de autor, copyright-ul etc. în procesul comunicării profesionalizate și în activitățile de informare

documentare.

CP 1.5 Elaborarea unor proiecte specifice de investigație și intervenție în domeniul de specialitate.

CP 2. Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC);

6.2 transversale:

CT1. Rezolvarea în mod realist, cu argumentare atât teoretică, cât și practică, a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora;

CT2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice;

CT3. Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii.

6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:

Formarea abilității de a înțelege dimensiunea juridică și judiciară a comunicării publice, de a cunoaște și interpreta în mod competent actele normative ale domeniului, drepturile și obligațiile legale, etice, deontologice ale participanților la comunicarea publică;

7.2 Obiective specifice:

Cunoașterea modului de organizare a profesiei și a valorilor personale/ sociale/ societale ale acesteia.

Respectarea legislației naționale și europene privind liberul acces la informație, proprietatea intelectuală, drepturile de autor, copyright-ul etc. în procesul comunicării profesionalizate și în activitățile de informare/documentare.

Realizarea de portofolii cu privire la respectarea vs. nerespectarea legislației naționale și/ sau europene și dimensiunea mediatică a unui act de informare și/ sau comunicare profesionalizată.

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Noțiuni introductive. Definirea dreptului și a dreptului comunicării	Prelegere	-	-	2
2	Izvoarele și principiile dreptului comunicării	Prelegere	-	-	2
3	Drepturile și obligațiile subiecților dreptului comunicării. Drepturile și obligațiile persoanei	Prelegere	-	-	2
4	Drepturile și obligațiile agentului media	Prelegere	-	-	2
5	Drepturile și obligațiile autorității publice	Prelegere	-	-	2
6	Principiile dreptului comunicării sociale	Prelegere	-	-	2
7	Regimul juridic al responsabilității în dreptul comunicării	Prelegere	-	-	2
8	Responsabilitatea și răspunderea civilă în dreptul comunicării	Prelegere	-	-	2
9	Responsabilitatea și răspunderea penală în dreptul comunicării - aspecte generale	Prelegere	-	-	2
10	Dreptul la rectificare și dreptul la replică	Prelegere	-	-	2
11	Dreptul sursei la protecție. Infrațiuni specifice dreptului comunicării	Prelegere	-	-	2
12	Autoritățile publice și dreptul la informație al persoanei	Prelegere	-	-	2
13	Norme juridice privind comunicarea audiovizuală. Norme juridice privind comunicarea publicitară.	Prelegere	-	-	2
14	Norme juridice privind respectarea demnității umane și a dreptului la propria imagine în comunicarea publică.	Prelegere	-	-	2

Bibliografie

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

Petroiu, Marius, Dreptul de acces la informațiile de interes public. De la litera legii, la abuzul autorităților, Editura Hamangiu, București, 2014

Mureșan, Raluca, Elemente de dreptul comunicării, Editura Astra Museum, Sibiu, 2014

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

Thiemann, Alina, „Libertatea de exprimare și informare”, pp. 76-110, în Radu, Raluca (coord.) Deontologia comunicării publice, Iași, Polirom, 2015

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

Urmând cursurile și seminarele de Dreptul comunicării, studenții învață să înțeleagă și să interpreteze în mod adecvat, din punct de vedere juridic, situațiile de comunicare, să preîntâmpine și să rezolve problemele de natură juridică pe care le pot întâlni în activitatea lor profesională, ceea ce le asigură competențele necesare integrării instituționale, organizaționale, conform așteptărilor de pe piața muncii.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Definirea în mod corect a noțiunilor privind Dreptul comunicării, analizarea și interpretarea materialului documentar. Exprimarea și susținerea unui punct de vedere argumentat privitor la o anumită tematică sau problemă specifică acestei discipline de studiu.	Evaluare formativă, orală – discuția dirijată - aprecierea activismului, implicarea și participarea la dialog.	30
- în timpul activității practice	-	-	0
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Evaluarea scrisă; Rezolvarea subiectelor de examen.	Barem de notare adus la cunoștința studenților examinați.	70
- examen practic final	-	-	0
Standard minim de performanță: Realizarea punctajului pentru nota 5 însumează participarea activă la cel puțin 2/3 din orele de curs precum și rezolvarea a minimum jumătate dintre subiectele supuse examinării.			

11. Orar consultații studenți

Lect dr Pașcan Emil-Marius	În fiecare zi de miercuri a săptămânii, între orele 14-16.
----------------------------	--

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Politici de confidențialitate a datelor (GDPR)			
2.2 Titularul activităților de curs: Conf dr Ploșteanu Nicolae-Dragoș			
2.3 Titularul activităților practice: -			
2.4 Anul de studii: III	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Opt

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 4	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 0
3.4 Total ore din planul de învățământ: 28	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 0
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 35		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 15		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 17		
- tutorial: 3		
- examinări: 2		
- alte activități: 0		
3.8 Total ore de studiu individual: 72		
3.9 Total ore pe semestru: 100		
3.10 Număr de credite: 4		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum: cunoștințe de bază în domeniul juridic
4.2 de competențe: -

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: rețea Wi-fi și acces la laptop
5.2 a activităților practice: -

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: stabilirea unei comunicări în spațiul public sau relații cu publicul, de natură să corespundă cerințelor societății în ceea ce privește respectarea vieții lor private
6.2 transversale: implementarea standardului de confidențialitate la toate nivelele de activitate proprie
6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general: deprinderea studenților cu un standard de calitate în domeniul protecției datelor cu caracter personal, astfel încât

să fie îndeplinite principalele cerințe prevăzute de Regulamentul General privind protecția datelor
7.2 Obiective specifice: cunoașterea celor șapte principii de protecție a datelor cu caracter personal, aplicate în special în mediul societății informaționale și de informare publică

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Principalele instrumente juridice privind libertatea de exprimare, viața privată și protecția datelor	expunere cadru, prezentare ppt și problematizare	-	-	4
2	Principiile de bază în domeniul protecției datelor cu caracter personal	prezentare sintetică și exemplificare cazuistică	-	-	4
3	Marile provocări ale tehnologiei în domeniul protecției datelor și a libertății de exprimare	prezentare și dezbateri	-	-	4
4	Excepția jurnalistică. Teorie și practică. Legislația relevantă	expunere	-	-	4
5	Răspunderea operatorilor pentru conținutul comunicării	Dezbateri, expunere, ppt	-	-	4
6	Câteva instrumente juridice pentru echilibrarea drepturilor și a intereselor concurente cu protecția datelor	prezentare sintetică	-	-	4
7	Sanctiunile prevăzute de Regulamentul General privind protecția datelor pentru încălcarea regimului de confidențialitate	prezentare sintetică și prezentare a cazuisticii în domeniu	-	-	4

Bibliografie

The Eu General Regulation on Data Protection. Commentary, Christopher Kuner et alii, 2021, Oxford University Press
Regulamentul General privind Protecția Datelor
Suport de curs

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

standardul de protecție a datelor este extrem de important și urmărit de toate entitățile din domeniul comunicării, de orice natură, în special, comunicarea publică. La momentul prezent confidențialitatea este trăsătură a comunicării

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Definirea în mod corect a noțiunilor privind Dreptul comunicării, analizarea și interpretarea materialului documentar. Exprimarea și susținerea unui punct de vedere argumentat privitor la o anumită tematică sau problemă specifică acestei discipline de studiu.	Evaluare formativă, orală – discuția dirijată - aprecierea activismului, implicarea și participarea la dialog.	30
- în timpul activității practice	-	-	0
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Evaluarea scrisă; Rezolvarea subiectelor de examen.	Barem de notare adus la cunoștința studenților examinați.	70
- examen practic final	-	-	0

Standard minim de performanță:

Realizarea punctajului pentru nota 5 însumează participarea activă la cel puțin 2/3 din orele de curs precum și rezolvarea a minimum jumătate dintre subiectele supuse examinării.

11. Orar consultații studenți

Conf dr Ploșteanu Nicolae-Dragoș	în fiecare vineri, între orele 10-11
----------------------------------	--------------------------------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Copywriting			
2.2 Titularul activităților de curs: Lect dr Sigmirean Corneliu-Cezar			
2.3 Titularul activităților practice: -			
2.4 Anul de studii: III	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Opt

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 4	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 0
3.4 Total ore din planul de învățământ: 28	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 0
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 35		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 15		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 17		
- tutorial: 3		
- examinări: 2		
- alte activități: 0		
3.8 Total ore de studiu individual: 72		
3.9 Total ore pe semestru: 100		
3.10 Număr de credite: 4		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
Sală dotată cu echipament multimedia.
5.2 a activităților practice:
-

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
CP1. Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării;
CP 2. Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC);
CP 3. Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în procesul de relații publice;
CP 4. Realizarea și promovarea unui produs de relații publice;
CP 4.1. Identificarea conceptelor și metodelor adecvate dezvoltării unui produs de RP.
CP 4.2 Explicarea și interpretarea unui eveniment de RP din perspectiva planificării lui strategice.
CP 4.3 Utilizarea unor cadre metodologice adecvate realizării unui produs de RP.
CP 4.4. Validarea programelor și produselor de RP prin tehnici de evaluare specifice.
CP 4.5. Elaborarea documentației pentru prezentarea unui produs RP.

6.2 transversale: Competențe transversale: CT1. Rezolvarea în mod realist, cu argumentare atât teoretică, cât și practică, a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora; CT2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice; CT3. Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii.
6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general: - capacitatea de analiză și sinteză; - capacitatea de a empatiza cu mediul social; - abilitatea de a percepe corect și de a exploata eficient tendințele sociale, politice și economice de imagine și conținut; - capacitatea de asimilare critică, prelucrare, coroborare și exploatare a informației teoretice; - stăpânirea resurselor limbajului verbal, paraverbal și nonverbal în comunicare.
7.2 Obiective specifice: - elaborarea și gestionarea de campanii de relații publice; - elaborarea și gestionarea de strategii publicitare; - aplicarea metodelor și tehnicilor de cercetare sociologică în domeniul relațiilor publice și al publicității; - implementarea și dezvoltarea sistemelor de comunicare organizațională în plan intern și extern; - dezvoltarea capacităților de comunicare interpersonală, inter-instituțională, interculturală și internațională.

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Prezentare concepte. Discuții pe marginea conceptului de creativitate	Prelegere, exemplificare, interacțiune	-	-	2
2	Prezentarea conceptului de Naming	Prelegere, exemplificare, interacțiune	-	-	2
3	Prezentarea conceptului de Selling Line și Poziționare	Prelegere, exemplificare, interacțiune	-	-	2
4	Brieful de Creație	Prelegere, exemplificare, interacțiune	-	-	2
5	Metoda SIT: Activarea	Prelegere, exemplificare, interacțiune	-	-	2
6	Metoda SIT: Alternativa Absurdă	Prelegere, exemplificare, interacțiune	-	-	2
7	Metoda SIT: Consecința Extremă	Prelegere, exemplificare, interacțiune	-	-	2
8	Metoda STI: Metafora	Prelegere, exemplificare, interacțiune	-	-	2
9	Metoda SIT: Efortul Extrem	Prelegere, exemplificare, interacțiune	-	-	2
10	Metoda SIT: Inversiunea	Prelegere, exemplificare, interacțiune	-	-	2
11	Print Ad-ul	Prelegere, exemplificare, interacțiune	-	-	2
12	Spot-ul Video	Prelegere, exemplificare, interacțiune	-	-	2
13	Spot-ul Radio	Prelegere, exemplificare, interacțiune	-	-	2
14	Recapitularea principalelor noțiuni și tehnici	Prelegere, exemplificare, interacțiune	-	-	2

Bibliografie

Goldenberg, Jacob/ Levav, Amnon/ Mazurski, David/ Solomon, Sorin (2009): Cracking the Ad Code, Cambridge University Press

Heath, Chip/ Heath, Dan (2007): Made to Stick: Why Some Ideas Survive and Others Die, Random House

Mucundorfeanu Meda (2017): The Creative Process Behind the Advertising Discourse, Hochschulverlag

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

Conținutul disciplinei este corelat și subsumat provocărilor practice și concrete instituționale, conform așteptărilor și condițiilor de pe piața muncii, comunicării publice și nevoii de relaționare eficientă cu și prin mass-media.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Definirea în mod corect a noțiunilor privind Dreptul comunicării, analizarea și interpretarea materialului documentar. Exprimarea și susținerea unui punct de vedere argumentat privitor la o anumită tematică sau problemă specifică acestei discipline de studiu.	Evaluare formativă, orală – discuția dirijată - aprecierea activismului, implicarea și participarea la dialog.	30
- în timpul activității practice	-	-	0
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Evaluarea scrisă; Rezolvarea subiectelor de examen.	Barem de notare adus la cunoștința studenților examinați.	70
- examen practic final	-	-	0
Standard minim de performanță: Realizarea punctajului pentru nota 5 însumează participarea activă la cel puțin 2/3 din orele de curs precum și rezolvarea a minimum jumătate dintre subiectele supuse examinării.			

11. Orar consultații studenți

Lect dr Sigmirean Corneliu-Cezar	Marti, de la 10-14
----------------------------------	--------------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Conceptul publicitar			
2.2 Titularul activităților de curs: Lect dr Sigmirean Corneliu-Cezar			
2.3 Titularul activităților practice: Cezar Sigmirean			
2.4 Anul de studii: III	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: E	2.7 Regimul disciplinei: Opt

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 8	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 4
3.4 Total ore din planul de învățământ: 56	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 28
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 30		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 20		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 10		
- tutorial: 5		
- examinări: 2		
- alte activități: 2		
3.8 Total ore de studiu individual: 69		
3.9 Total ore pe semestru: 125		
3.10 Număr de credite: 5		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
-
5.2 a activităților practice:
Sală cu videoproiector

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
C2.1 Identificarea și înțelegerea teoriilor cu privire la gestiunea informațiilor, comunicarea mediatică, sistemele media, dinamica acestora și la efectele comunicării mediatice.
C2.2 Identificarea particularităților utilizării specializate a diverselor tipuri media în comunicare.
C2.3 Utilizarea tehnologiilor adecvate în realizarea și comunicarea profesionalizată a diverselor produse de informare, cu respectarea dreptului publicului de a fi informat corect.
C2.4 Utilizarea unor criterii și metode standard de evaluare a calității și limitelor folosirii diverselor tehnologii în cadrul unor acte concrete de informare și comunicare..
C2.5 Realizarea de portofolii cu privire la dimensiunea mediatică a unui act de informare și/ sau comunicare profesionalizată.
- Întocmirea unui plan de folosire a noilor tehnologii informaționale și media pentru un proiect concret de gestiune

a informației și/ sau de comunicare profesionalizată.

C 4.1. Identificarea conceptelor și metodelor adecvate dezvoltării unui produs de RP. C4.2 Explicarea și interpretarea unui eveniment de RP din perspectiva planificării lui strategice.

C 4.3 Utilizarea unor cadre metodologice adecvate realizării unui produs de RP.

C 4.4. Validarea programelor și produselor de RP prin tehnici de evaluare specifice. C 4.5. Elaborarea documentației pentru prezentarea unui produs RP.

- Prezentarea unui produs realizat în cadrul practicii profesionale.

6.2 transversale:

CT3 Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii.

Standarde minime de performanță pentru evaluarea competenței: Identificarea nevoii de formare profesională și realizarea unui plan de carieră, prin utilizarea resurselor informaționale.

6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:

Competențe generale și specifice: capacitate de a empatiza cu mediul social; abilitatea de a percepe corect și de a exploata eficient tendințele sociale, politice și economice de imagine și conținut; capacitate de asimilare critică, prelucrare și exploatare a informației teoretice

7.2 Obiective specifice:

Obiective: stăpânirea resurselor limbajului verbal în comunicarea scrisă; elaborarea unui produs publicitar; aplicarea cunoștințelor de limbă română în redactarea materialelor publicitare; dezvoltarea abilităților de PR; dezvoltarea capacităților de comunicare interpersonală, inter-instituțională, interculturală și internațională.

Formarea de competențe specifice disciplinei, precum:

- - competențe cognitive: cunoașterea structurii unui produs publicitar (logo, marcă; slogan; afiș publicitar, reclamă, spot): titlu și expresie publicitară; cunoașterea și folosirea corectă a tropilor în creația și producția publicitară;
- - competențe tehnice sau profesionale: cunoașterea și aplicarea în redactarea discursului de orice tip a normelor privitoare la întrebuintarea la nivel sintagmatic atât a proprietății cuvintelor și a sensurilor figurative, cât și a tehnicilor retorice; conștientizarea și însușirea modelelor de comunicare media – discursul publicitar și/ sau jurnalistic; implicarea în activități de corectare, redactare a discursului în limba română (ex. la serviciul de publicitate în cadrul unei instituții; la redacția unor cotidiane);
- - competențe volitiv-afective: manifestarea atitudinii pozitive pentru creația și producția publicitară; cultivarea dorinței de exprimare corectă în limbile română și engleză prin conștientizarea exercițiului gramatical; stimularea, formarea și promovarea atitudinii pozitive având ca obiectiv crearea unui produs publicitar; valorificare optimă și creativă a propriului potențial în crearea discursului publicitar.

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Introducere în domeniul comunicării publicitare, agenția de publicitate	Prelegere	2 activități	-	4
2	Briefing si debriefing în publicitate	Prelegere	1 activitate	-	2
3	Mixul de marketing	Prelegere	2 activități	-	4
4	Conceptul de imagine, identitate	Prelegere	2 activități	-	4
5	Poziționarea unui brand	Prelegere	2 activități	-	4
6	Strategia publicitară	Prelegere	2 activități	-	4
7	Planificarea publicitară	Prelegere	1 activitate	-	2
8	Elementele campaniei publicitare	Prelegere	2 activități	-	4

Bibliografie

Bibliografie obligatorie:

Balaban, Delia Cristina, Publicitatea de la planificarea strategică la implementarea media, Polirom, Iași, 2009.

Bibliografie facultativă:

Frey, Siegfried, Die Macht des Bildes, Verlag Hans Huber, Bern, 1999.

Kroeber-Riel, Werner, Bildkommunikation, Verlag Vahlen, München, 1996.

Petre, Dan și Dragoș Iliescu, Psihologia reclamei, comunicare.ro, 2006

Petrescu, Dacinia Crina, Creativitate si investigare in Publicitate, Carpatia, Cluj-Napoca, 2002. Russel, Thomas, Lane, Ronald, Manual de publicitate, Editura Teora, 2002

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu	Nr
----	------	-------------------	------------	-------------	----

				ICS	ore
1	Introducere în domeniul comunicării publicitare -	Discuții, Analize, Activități individuale și de grup	1 activitate	-	2
2	Mixul de marketing	Discuții, Analize, Activități individuale și de grup	1 activitate	-	2
3	Submixul publicitar	Discuții, Analize, Activități individuale și de grup	1 activitate	-	2
4	Conceptul de imagine	Discuții, Analize, Activități individuale și de grup	1 activitate	-	2
5	Conceptul de poziționare	Discuții, Analize, Activități individuale și de grup	2 activități	-	4
6	Muzică și text în publicitate	Discuții, Analize, Activități individuale și de grup	1 activitate	-	2
7	Campania publicitară	Discuții, Analize, Activități individuale și de grup	2 activități	-	4
8	Vizionare campanii publicitare. Discuții pe marginea acestora	Vizionare	2 activități	-	4
9	Prezentare proiecte	Prelegere	3 activități	-	6

Bibliografie

Bibliografie recomandată:

Adamson, Allen P., Brand Simple. How the Best Brands Keep it Simple and Succeed, Palgrave Macmillan, 2006, Capitolul 2: A Short History of the World of Brands – Really Short, p.29.

Aitken, Robert, Brendan Gray and Robert Lawson, 'Advertising effectiveness from a consumer perspective', International Journal of Advertising, 27(2), 2008, pp.279-297.

Balaban, Delia Cristina, Publicitatea de la planificarea strategică la implementarea media, Polirom, Iași, 2009.

Caldwell, Niall and Joao R. Freire, 'The differences between branding a country, a region and a city: Applying the Brand Box Model', Journal of Brand Management, 12, 1, 2004.

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

-

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Evaluarea pe baza unor proiecte de grup sau individuale în care elaborează planuri media pentru campanii reale sau fictive. Participarea activă și contribuțiile relevante în cadrul cursurilor și seminarelor.	Urmărirea atenției active, implicarea susținută prin participarea la curs.	10
- în timpul activității practice	Urmărirea dezvoltării unui set complex de competențe, de la cunoștințele teoretice la abilitățile practice și analitice, esențiale în domeniul media planning.	Solicitarea unor lucrări de cercetare sau rapoarte pe teme specifice din domeniul media planning. Teste scrise pentru a evalua cunoștințele teoretice ale studenților despre principiile și strategiile de media planning.	30
Evaluare finală			
- examen teoretic final	capacitatea de a identifica/ selecta informația esențială și/ sau de detaliu din curs și a o transfera în rezolvarea creativă și personală a trei tipuri diferite de itemi: de completare, de tip grilă și cu răspuns redacțional scurt	chestionarul cu itemi de tip completare, grilă, răspuns redacțional scurt de 200-300 de cuvinte	60
- examen practic final	-	-	0

Standard minim de performanță:

Este necesară întocmirea de referat/eseu/proiect pentru acces la examen. Realizarea punctajului pentru nota 5 însumează evaluarea cunoștințelor teoretice și activitatea la seminare. Aceasta presupune participarea activă și implicarea la orele de curs și seminar, susținerea materialelor redacționale și rezolvarea a minimum jumătate dintre subiectele supuse examinării.

11. Orar consultații studenți

Lect dr Sigmirean Corneliu-Cezar	Marți, de la 10-14
----------------------------------	--------------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Strategie publicitară			
2.2 Titularul activităților de curs: Lect dr Sigmirean Corneliu-Cezar			
2.3 Titularul activităților practice: Cezar Sigmirean			
2.4 Anul de studii: III	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: E	2.7 Regimul disciplinei: Opt

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 8	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 4
3.4 Total ore din planul de învățământ: 56	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 28
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 30		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 20		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 10		
- tutorial: 5		
- examinări: 2		
- alte activități: 2		
3.8 Total ore de studiu individual: 69		
3.9 Total ore pe semestru: 125		
3.10 Număr de credite: 5		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
-
5.2 a activităților practice:
Sală de curs cu videoproiector și boxe.

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
C2.1 Identificarea și înțelegerea teoriilor cu privire la gestiunea informațiilor, comunicarea mediatică, sistemele media, dinamica acestora și la efectele comunicării mediatice.
C2.2 Identificarea particularităților utilizării specializate a diverselor tipuri media în comunicare.
C2.3 Utilizarea tehnologiilor adecvate în realizarea și comunicarea profesionalizată a diverselor produse de informare, cu respectarea dreptului publicului de a fi informat corect.
C2.4 Utilizarea unor criterii și metode standard de evaluare a calității și limitelor folosirii diverselor tehnologii în cadrul unor acte concrete de informare și comunicare..
C2.5 Realizarea de portofolii cu privire la dimensiunea mediatică a unui act de informare și/ sau comunicare profesionalizată.
- Întocmirea unui plan de folosire a noilor tehnologii informaționale și media pentru un proiect concret de gestiune

a informației și/ sau de comunicare profesionalizată.

6.2 transversale:

CT1 Rezolvarea în mod realist – cu argumentare atât teoretică, cât și practică – a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora.

Standarde minime de performanță pentru evaluarea competenței: Elaborarea unui proiect sau cel puțin a unei părți a unui asemenea proiect, aplicând atât cunoștințe, teorii și metode de diagnoză și intervenție, cât și norme și principii de etică profesională.

CT2 Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice.

Standarde minime de performanță pentru evaluarea competenței: Participarea la realizarea unui proiect în echipă, cu îndeplinirea unor funcții profesionale date.

CT3 Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii.

Standarde minime de performanță pentru evaluarea competenței: Identificarea nevoii de formare profesională și realizarea unui plan de carieră, prin utilizarea resurselor informaționale.

6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:

-

7.2 Obiective specifice:

-

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Introducere conceptului de publicitate	Prelegere	1 activitate	-	2
2	Publicitate vs Publicity vs PR vs Marketing vs Branding	Prelegere	3 activități	-	6
3	Rolurile publicității	Prelegere	2 activități	-	4
4	Reclama în publicitate	Prelegere	1 activitate	-	2
5	Obiectivele unei campanii publicitare	Prelegere	2 activități	-	4
6	Planificarea unei campanii publicitare	Prelegere	2 activități	-	4
7	Campania de publicitate integrată	Prelegere	1 activitate	-	2
8	Viitorul publicității digitale	Prelegere	2 activități	-	4

Bibliografie

Bibliografie:

Balaban, Delia Cristina, „Publicitatea. De la planificarea strategica la implementarea media”, Editura Polirom, 2016

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Publicitatea și societatea, etică, norme și responsabilitate	Studiu de caz	2 activități	-	4
2	Modelul clasic al strategiei de creație – modelul Procter&Gamble	Studiu de caz	1 activitate	-	2
3	Strategia referențială și demonstrativă – modelul Ogilvy	Studiu de caz	1 activitate	-	2
4	Planul de lucru creativ – modelul Young & Rubicam	Studiu de caz	1 activitate	-	2
5	Strategia spiralei – modelul Leo Burnett	Studiu de caz	1 activitate	-	2
6	Contractul creativ – modelul McCann Ericson	Studiu de caz	1 activitate	-	2
7	Strategia Star – modelul RSCG (Euro RSCG)	Studiu de caz	1 activitate	-	2
8	Brief-ul media. Procesul de debriefing.	Studiu de caz	1 activitate	-	2
9	Planul media	Studiu de caz	2 activități	-	4
10	Prezentare proiecte pe echipe: Strategia publicitară a unui start-up	Studiu de caz	3 activități	-	6

Bibliografie
Bibliografie:

Balaban, Delia Cristina, „Publicitatea. De la planificarea strategica la implementarea media”, Editura Polirom, 2016

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

-

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Evaluarea pe baza unor proiecte de grup sau individuale în care elaborează planuri media pentru campanii reale sau fictive. Participarea activă și contribuțiile relevante în cadrul cursurilor și seminarelor.	Urmărirea atenției active, implicarea susținută prin participarea la curs.	10
- în timpul activității practice	Urmărirea dezvoltării unui set complex de competențe, de la cunoștințele teoretice la abilitățile practice și analitice, esențiale în domeniul media planning.	Solicitarea unor lucrări de cercetare sau rapoarte pe teme specifice din domeniul media planning. Teste scrise pentru a evalua cunoștințele teoretice ale studenților despre principiile și strategiile de media planning.	30
Evaluare finală			
- examen teoretic final	capacitatea de a identifica/ selecta informația esențială și/ sau de detaliu din curs și a o transfera în rezolvarea creativă și personală a trei tipuri diferite de itemi: de completare, de tip grilă și cu răspuns redacțional scurt	chestionarul cu itemi de tip completare, grilă, răspuns redacțional scurt de 200-300 de cuvinte	60
- examen practic final	-	-	0
Standard minim de performanță: Este necesară întocmirea de referat/eseu/proiect pentru acces la examen. Realizarea punctajului pentru nota 5 însumează evaluarea cunoștințelor teoretice și activitatea la seminare. Aceasta presupune participarea activă și implicarea la orele de curs și seminar, susținerea materialelor redacționale și rezolvarea a minimum jumătate dintre subiectele supuse examinării.			

11. Orar consultații studenți

Lect dr Sigmirean Corneliu-Cezar	Marți, de la 10-14
----------------------------------	--------------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Media planning			
2.2 Titularul activităților de curs: Lect dr Pașcan Emil-Marius			
2.3 Titularul activităților practice: lect. dr. Marius Pașcan			
2.4 Anul de studii: III	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: E	2.7 Regimul disciplinei: Opt

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 8	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 4
3.4 Total ore din planul de învățământ: 56	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 28
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 30		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 20		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 10		
- tutorial: 5		
- examinări: 2		
- alte activități: 2		
3.8 Total ore de studiu individual: 69		
3.9 Total ore pe semestru: 125		
3.10 Număr de credite: 5		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
Dotare a sălii de curs cu videoproiector
5.2 a activităților practice:
Dotare a sălii de curs cu videoproiector

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
CP1. Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării;
CP 2. Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC);
CP 3. Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în procesul de relații publice;
CP 4. Realizarea și promovarea unui produs de relații publice;
6.2 transversale:
CT1. Rezolvarea în mod realist, cu argumentare atât teoretică, cât și practică, a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora;
CT2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice;

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

7.1 Obiectivul general:

- capacitatea de analiză și sinteză;
- capacitatea de a empatiza cu mediul social;
- abilitatea de a percepe corect și de a exploata eficient tendințele sociale, politice și economice de imagine și conținut;
- capacitatea de asimilare critică, prelucrare, coroborare și exploatare a informației teoretice;

7.2 Obiective specifice:

- elaborarea și gestionarea de campanii de relații publice;
- elaborarea și gestionarea de strategii publicitare;
- implementarea și dezvoltarea sistemelor de comunicare organizațională în plan intern și extern;

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Introducere în Media Planning.	Prelegere, suport electronic (ppt), material audio-video	-	-	2
2	Fundamentele media planning-ului. Istoricul și evoluția industriei mass-media.	Prelegere, suport electronic (ppt), material audio-video	-	-	2
3	Înțelegerea audienței țintă și segmentarea acesteia. Studiarea comportamentului consumatorilor de media.	Prelegere, suport electronic (ppt), material audio-video	-	-	2
4	Dezvoltarea obiectivelor și strategiilor media.	Prelegere, suport electronic (ppt), material audio-video	-	-	2
5	Studiarea comportamentului consumatorilor de media.	Prelegere, suport electronic (ppt), material audio-video	-	-	2
6	Studiarea comportamentului consumatorilor de media.	Prelegere, suport electronic (ppt), material audio-video	-	-	2
7	Dezvoltarea obiectivelor și strategiilor media	Prelegere, suport electronic (ppt), material audio-video	-	-	2
8	Realizarea și implementarea planului de comunicare	Prelegere, suport electronic (ppt), material audio-video	-	-	2
9	Alegerea mixului de media adecvat (TV, radio, presă scrisă, online, social media etc.).	Prelegere, suport electronic (ppt), material audio-video	-	-	2
10	Procesul de planificare media.	Prelegere, suport electronic (ppt), material audio-video	-	-	2
11	Utilizarea datelor și tehnologiilor în media planning	Prelegere, suport electronic (ppt), material audio-video	-	-	2
12	Indicatori de performanță și metrice (KPIs). Tehnici de măsurare a eficacității media.	Prelegere, suport electronic (ppt), material audio-video	-	-	2
13	Probleme etice în publicitate și media planning.	Prelegere, suport electronic (ppt), material audio-video	-	-	2
14	Înțelegerea reglementărilor locale și internaționale.	Prelegere, suport electronic (ppt), material audio-video	-	-	2

Bibliografie

Libaert, Thierry, Planul de comunicare. Cum să-ți definești și să-ți organizezi strategia de comunicare, Traducere de Aliza Peltier, Ed. Polirom, Iași, 2009

Gregory Ane, Planning and Managing a Public Relations Campaign, ed. a 2-a, IPR, Kogan Page, 2000

Kelley, D. Larry, Donald W. Jugenheimer. Advertising media Planning. A brand management approach, second edition, M. E. Sharpe, 2008

Thaler, H. Richard. Misbehaving. The making of behavioral economics, W.W Norton & Company, 2015

Trâncă, Sorin. Brief, Publica, București, 2014

Berger, Jonah. Influență invizibilă. Forțele ascunse care modelează comportamentul, Publica, București, 2017

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Rolul media planner-ului și interacțiunea cu alte departamente de marketing și publicitate.	Demonstrație, studii de caz, exemplificare, aplicații practice și activități în echipe	-	-	2
2	Analiza canalelor media (tradiționale și digitale). Strategii și tacticile de media planning.	Demonstrație, studii de caz, exemplificare, aplicații practice și activități în echipe	-	-	2
3	Tactici de optimizare a bugetului media	Demonstrație, studii de caz, exemplificare, aplicații practice și activități în echipe	-	-	2
4	Tehnici de negociere și cumpărare media. Evaluarea și selecția furnizorilor de media.	Demonstrație, studii de caz, exemplificare, aplicații practice și activități în echipe	-	-	2
5	Utilizarea datelor și a analizelor pentru luarea deciziilor.	Demonstrație, studii de caz, exemplificare, aplicații practice și activități în echipe	-	-	2
6	Instrumente software și tehnologice în media planning.	Demonstrație, studii de caz, exemplificare, aplicații practice și activități în echipe	-	-	2
7	Înțelegerea impactului tehnologiilor emergente (AI, Big Data etc.).	Demonstrație, studii de caz, exemplificare, aplicații practice și activități în echipe	-	-	2
8	Măsurarea și evaluarea campaniilor media.	Demonstrație, studii de caz, exemplificare, aplicații practice și activități în echipe	-	-	2
9	Analiza și interpretarea rezultatelor campaniilor.	Demonstrație, studii de caz, exemplificare, aplicații practice și activități în echipe	-	-	2
10	Responsabilitatea socială în campaniile media.	Demonstrație, studii de caz, exemplificare, aplicații practice și activități în echipe	-	-	2
11	Studii de caz și proiecte practice.	Demonstrație, studii de caz, exemplificare, aplicații practice și activități în echipe	-	-	2
12	Proiecte de grup pentru dezvoltarea unui plan media.	Demonstrație, studii de caz, exemplificare, aplicații practice și activități în echipe	-	-	2
13	Prezentări și discuții critice ale planurilor dezvoltate	Demonstrație, studii de caz, exemplificare, aplicații practice și activități în echipe	-	-	2
14	Seminar recapitulativ (recapitulare și rezolvarea unor grile în vederea pregătirii examenului final)	Demonstrație, studii de caz, exemplificare, aplicații practice și activități în echipe	-	-	2

Bibliografie

Wilcox, Dennis L.; Reber, Bryan H., „Public relations: writing and media techniques”, Harlow: Pearson, 2014

Coombs, W. Timothy, „Ongoing Crisis Communication. Planning, Managing, and Responding (second edition)”, Thousand Oaks, California: Sage Publications, Inc., 2015

Coombs, W. T., & Laufer, „Global crisis management—current research and future directions”, Journal of International Management, 24(3), 199-203, 2018

Diers-Lawson Audra, „Crisis Communication. Managing Stakeholder Relationships”, London, Routledge, 2020

Lawrence, T. B., & Phillips, „Constructing organizational life: How social-symbolic work shapes selves, organizations, and institutions”, Oxford University Press, 2019

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

Cursul oferă o pregătire teoretică și practică corelativă practicii jurnalismului și a relațiilor publice, specifică pentru orice profesionist din domeniul comunicării.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Evaluarea pe baza unor proiecte de grup sau individuale în care elaborează planuri media pentru campanii reale sau fictive. Participarea activă și contribuțiile relevante în cadrul cursurilor și seminarelor.	Urmărirea atenției active, implicarea susținută prin participarea la curs.	10
- în timpul activității practice	Urmărirea dezvoltării unui set complex de competențe, de la cunoștințele teoretice la abilitățile practice și analitice, esențiale în domeniul media planning.	Solicitarea unor lucrări de cercetare sau rapoarte pe teme specifice din domeniul media planning. Teste scrise pentru a evalua cunoștințele teoretice ale studenților despre principiile și strategiile de media planning.	30
Evaluare finală			
- examen teoretic final	capacitatea de a identifica/ selecta informația esențială și/ sau de detaliu din curs și a o transfera în rezolvarea creativă și personală a trei tipuri diferite de itemi: de completare, de tip grilă și cu răspuns redacțional scurt	chestionarul cu itemi de tip completare, grilă, răspuns redacțional scurt de 200-300 de cuvinte	60
- examen practic final	-	-	0
Standard minim de performanță: Este necesară întocmirea de referat/eseu/proiect pentru acces la examen. Realizarea punctajului pentru nota 5 însumează evaluarea cunoștințelor teoretice și activitatea la seminar. Aceasta presupune participarea activă și implicarea la orele de curs și seminar, susținerea materialelor redacționale și rezolvarea a minimum jumătate dintre subiectele supuse examinării.			

11. Orar consultații studenți

Lect dr Pașcan Emil-Marius	În fiecare zi de miercuri a săptămânii, între orele 14-16.
----------------------------	--

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Creație în publicitate			
2.2 Titularul activităților de curs: Conf dr Szekeley Eva-Monica			
2.3 Titularul activităților practice: Conf. dr. SZEKELY Eva Monica			
2.4 Anul de studii: III	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: E	2.7 Regimul disciplinei: Opt

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 8	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 4
3.4 Total ore din planul de învățământ: 56	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 28
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 30		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 20		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 10		
- tutorial: 5		
- examinări: 2		
- alte activități: 2		
3.8 Total ore de studiu individual: 69		
3.9 Total ore pe semestru: 125		
3.10 Număr de credite: 5		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum: • Introducere în publicitate; Editare de texte în limbaje specializate; Elaborarea unui produs de relații publice cu ajutorul calculatorului & al mijloacelor audio-video
4.2 de competențe: • selectarea și transferul cunoștințelor semiotice privind diverse tipuri de semne/ limbaje/ sisteme de expresie aplicate la diverse produse publicitare, având ca obiectiv analiza și creația produsului destinat publicității • producție și editare de texte multimodale

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: acces la internet/ laborator multimedia
5.2 a activităților practice: computere performante echipate cu programe de producție și editare de texte multimedia

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: C2. Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC) C2.1 Identificarea și înțelegerea teoriilor cu privire la gestiunea informațiilor, comunicarea mediatică, sistemele media, dinamica acestora și la efectele comunicării mediatice C2.2 Identificarea particularităților utilizării specializate a diverselor tipuri media în comunicare C2.3 Utilizarea tehnologiilor adecvate în realizarea și comunicarea profesionalizată a diverselor produse de informare, cu respectarea dreptului publicului de a fi informat corect C 4. Realizarea și promovarea unui produs de relații publice
--

C 4.1. Identificarea conceptelor și metodelor adecvate dezvoltării unui produs de RP
C4.2 Explicarea și interpretarea uni eveniment de RP din perspectiva planificării lui strategice
C 4.3 Utilizarea unor cadre metodologice adecvate realizării unui produs de RP
6.2 transversale: CT1 Rezolvarea în mod realist – cu argumentare atât teoretică, cât și practică – a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora. Standarde minime de performanță pentru evaluarea competenței: Elaborarea unui proiect sau cel puțin a unei părți a unui asemenea proiect, aplicând atât cunoștințe, teorii și metode de diagnoză și intervenție, cât și norme și principii de etică profesională CT3 Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii. Standarde minime de performanță pentru evaluarea competenței: Identificarea nevoii de formare profesională și realizarea unui plan de carieră, prin utilizarea resurselor informaționale
6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general: Aplicarea conceptelor, a teoriilor creativității, a paradigmelor și a metodelor de analiză a produselor de publicitate și mass-media dând dovadă de o foarte bună stăpânire a resurselor limbajului verbal, paraverbal și nonverbal în comunicare
7.2 Obiective specifice: O1. Tratarea urgenței comunicării și a mass-media din perspectiva unor parametri interdisciplinari și transdisciplinari O2. Adecvarea strategiilor, a valorilor și a atitudinilor civice, interpersonale, interculturale și sociale în gestionarea comunicării publicitare creative, cu ajutorul platformelor digitale O3. Utilizarea instrumentarului retoric, argumentativ și semiotic pentru identificarea unor disfuncționalități în comunicare și media, precum și soluții de rezolvare a acestora O4. utilizarea interdisciplinară a unor metode și tehnici de creație publicitară în vederea creării în perechi a unui clip/ story video de 90 de secunde pentru promovarea unui produs/ serviciu

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Creație și publicitate. Introducere în spațiul creativ – definiții relativ lămuritoare: publicitate vs advertising. Departamentul de creație al unei agenții publicitare: de la briefing la produsul finit. Dubla imagine: produsul ideal(izat) vs imagine (falsă) de sine a consumatorului. Tehnici de creație/ copywriting. Legislație	Prelegere/ prelegere cu oponent, dezbateri, predarea dirijată, analiza semiotică a unui produs publicitar, profesor pentru 5 minute, eseul de 5 minute, studiu de caz, analiză de discursuri publicitare/ afișe, reclame, clipuri, video, exercițiul creativ după modele date/ analizate	-	-	4
2	Omul de publicitate între creație, cercetare și marketing. Profilul Creativului în diverse interpretări. Dimensiunea obiectivă vs dimensiunea subiectivă a discursului publicitar.	Prelegere/ prelegere cu oponent, dezbateri, predarea dirijată, analiza semiotică a unui produs publicitar, profesor pentru 5 minute, eseul de 5 minute, studiu de caz, analiză de discursuri publicitare/ afișe, reclame, clipuri, video, exercițiul creativ după modele date/ analizate	-	-	2
3	Elemente de marketing creativ. Piramida trebuințelor a lui Maslow și comportamentul consumatorului. Edward De Bono și creativitatea serioasă. Povestea creației de la brainstorming la storyboard.	Prelegere/ prelegere cu oponent, dezbateri, predarea dirijată, analiza semiotică a unui produs publicitar, profesor pentru 5 minute, eseul de 5 minute, studiu de caz, analiză de discursuri publicitare/ afișe, reclame, clipuri, video, exercițiul creativ după modele date/ analizate	-	-	2
4	Evaluări și mode în creativitate. Creativitatea în lanț. Izotopie și alotopie. Metafore vizuale. Stadii ale metaforei vizuale.	Prelegere/ prelegere cu oponent, dezbateri, predarea dirijată, analiza semiotică a unui produs publicitar, profesor pentru 5 minute, eseul de 5 minute, studiu de caz, analiză de discursuri publicitare/	-	-	2

		afișe, reclame, clipuri, video, exercițiul creativ după modele date/ analizate			
5	Arhitectura discursului publicitar (I). Relația dintre titlul și componentele discursului. Expresivitatea publicitară. Imaginea și logotipul. Sloganul și poziționarea unui brand	Prelegere/ prelegere cu oponent, dezbatere, predarea dirijată, analiza semiotică a unui produs publicitar, profesor pentru 5 minute, studiu de caz, analiză de discursuri publicitare/ afișe, reclame, clipuri, video, exercițiul creativ după modele date/ analizate	-	-	2
6	Arhitectura discursului publicitar (II). Moduri de punere în pagină. Analiza unor exemple relevante privind relația dintre produs vs consumator. Raporturi între componentele enunțului publicitar	Prelegere/ prelegere cu oponent, dezbatere, predarea dirijată, analiza semiotică a unui produs publicitar, profesor pentru 5 minute, eseul de 5 minute, studiu de caz, analiză de discursuri publicitare/ afișe, reclame, clipuri, video, exercițiul creativ după modele date/ analizate	-	-	2
7	Arhitectura discursului publicitar (III). Moduri de expresie. Mesajul lingvistic vs mesajul vizual vs mesajul simbolic centrat pe produs vs centrat pe (falsa) imagine de sine a consumatorului. Publicuri țintă și atitudinea față de publicitate	Prelegere/ prelegere cu oponent, dezbatere, predarea dirijată, analiza semiotică a unui produs publicitar, profesor pentru 5 minute, eseul de 5 minute, studiu de caz, analiză de discursuri publicitare/ afișe, reclame, clipuri, video, exercițiul creativ după modele date/ analizate	-	-	2
8	Patru viziuni asupra creației în publicitatea transatlantică. Bernbach, Ogilvy, Burnett și Reeves	Prelegere/ prelegere cu oponent, dezbatere, predarea dirijată, analiza semiotică a unui produs publicitar, profesor pentru 5 minute, eseul de 5 minute, studiu de caz, analiză de discursuri publicitare/ afișe, reclame, clipuri, video, exercițiul creativ după modele date/ analizate	-	-	4
9	Cătălin Dobre - executive creative director la McCann Central Europe. Clipuri premiate la Cannes/ Lions. RomBOT/ Copy-ul și art-ul anului FIBRA #2: "Tre' să pui pe masă cel puțin 20 de idei bune ca s-o faci pe a 21-a."	Prelegere/ prelegere cu oponent, dezbatere, predarea dirijată, analiza semiotică a unui produs publicitar, profesor pentru 5 minute, eseul de 5 minute, studiu de caz, analiză de discursuri publicitare/ afișe, reclame, clipuri, video, exercițiul creativ după modele date/ analizate	-	-	2
10	Tipuri de actori și rolul lor în construcția discursului publicitar. Promovarea produsului și/ sau a (falsei) imagini de sine a consumatorului. Publicuri țintă și atitudinea lor față de modele	Prelegere/ prelegere cu oponent, dezbatere, predarea dirijată, analiza semiotică a unui produs publicitar, profesor pentru 5 minute, eseul de 5 minute, studiu de caz, analiză de discursuri publicitare/ afișe, reclame, clipuri, video, exercițiul creativ după modele date/ analizate	-	-	2
11	Topul celor mai importante figuri din publicitate alcătuit de Advertising Age	Prelegere/ prelegere cu oponent, dezbatere, predarea dirijată, analiza semiotică a unui produs publicitar, profesor pentru 5 minute, eseul de 5 minute, studiu de caz, analiză de discursuri publicitare/ afișe, reclame, clipuri, video, exercițiul creativ după modele date/ analizate	-	-	2

12	Creație, publicitate și poveste/ story. De la starea inițială la starea finală prin situația transformatoare. Storyboarding prin implicarea rațională și afectivă a receptorului în „poveste”	Prelegere/ prelegere cu oponent, dezbateri, predarea dirijată, analiza semiotică a unui produs publicitar, profesor pentru 5 minute, eseul de 5 minute, studiu de caz, analiză de discursuri publicitare/ afișe, reclame, clipuri, video, exercițiul creativ după modele date/ analizate	-	-	2
----	---	--	---	---	---

Bibliografie

[I] Bibliografie obligatorie:

1. Borșun, Dumitru, Borșa, Teodor, Semiotica vizualului. Foto-video și procesarea computerizată a imaginii, în Semiotică și publicitate, Editura UNIVERSITATEA NAȚIONALĂ DE ARTE, FACULTATEA DE ARTE PLASTICE, București, 2008

2. MIGDALOVICI, Teodora, CREATIVITATE ÎN PUBLICITATE. Curs introductiv în spațiul creativ, SNSPA, București, 2008

<https://ro.scribd.com/doc/93253236/SNSPA-Creativitate-in-publicitate>

3. Popescu, Costin, Creație în publicitate. Publicitatea, sistem cultural simbolic, Universitatea din București, Facultatea de Jurnalism și Științele Comunicării, 2018

<https://ro.scribd.com/document/53287893/Creatie-in-Publicitate-Publicitatea-Sistem-Cultural-Simbolic>

[II] Bibliografie facultativă/ opțională (două titluri la alegere):

1. Adam, J.-M.; Bonhomme, M., Argumentarea publicitară. Retorica elogiului și a persuasiunii, Ed. Institutul European, Iași, 2005

2. BONTILĂ, RUXANDA, Poetica reclamei, în ELEMENTE DE POETICĂ GENERALĂ. CĂTRE O POETICĂ A (RE)SCRIERII, suport curs, Facultatea de Jurnalism și Științele Comunicării, 2008

3. Benoît, H., Logoul, Editura comunicare.ro, București, 2002

4. Boutaud, J. J., Comunicare, semiotică și semne publicitare, Editura Tritonic, București, 2003

5. Dâncu, Vasile Sebastian, Comunicarea simbolică, Arhitectura discursului publicitar, Editura EIKON, Cluj-Napoca, 2009

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Creație și publicitate. Tipuri de semne: indici, semnale și simboluri. Tipuri de simboluri folosite pentru imaginea produsului vs imaginea (falsă) de sine a consumatorului publicitară.	Exercițiul, demonstrația, problematizarea, analize semiotice complexe/semioza și triada semiotică transparentă în abordarea comparativă a trei tipuri diferite de produse publicitare: 1. printuri: fotografie/ afiș; 2. reclamă/ clip publicitar de maxim 30 de secunde 3. video/ storytelling de maxim 120 de secunde	-	-	4
2	Expresivitatea imaginii. Titlul și componentele expresia publicitară. Mesajul lingvistic vs mesajul vizual vs mesajul simbolic	Exercițiul, demonstrația, problematizarea, analize semiotice complexe/semioza și triada semiotică transparentă în abordarea comparativă a trei tipuri diferite de produse publicitare: 1. printuri: fotografie/ afiș; 2. reclamă/ clip publicitar de maxim 30 de secunde 3. video/ storytelling de maxim 120 de secunde	-	-	4
3	Arhitectura discursului publicitar. Analize semiotice complexe a trei tipuri diferite de discursuri publicitare (1. printuri- afișe/ fotografii; 2. clip/ reclamă; 3. video/ film/ storytelling) pe o categorie de produse și	Exercițiul, demonstrația, problematizarea, analize semiotice complexe/semioza și triada semiotică transparentă în abordarea comparativă a trei tipuri diferite de produse	-	-	2

	servicii de genul dulciuri, parfumuri, ceasuri, cafea, cosmetice, îmbrăcăminte, fashion etc. Varianta a doua, cu completări/ modificări conform feedbackului primit la prezentarea variantei întâi	publicitare: 1.printuri: fotografie/ afiş; 2. reclamă/ clip publicitar de maxim 30 de secunde 3. video/ storytelling de maxim 120 de secunde			
4	Arhitectura discursului publicitar (I). Expresivitatea imaginii. Poziţionarea unui brand, prin logo şi slogan	Exerciţiul, demonstraţia, problematizarea, analize semiotice complexe/semioza şi triada semiotică transparentă în abordarea comparativă a trei tipuri diferite de produse publicitare: 1.printuri: fotografie/ afiş; 2. reclamă/ clip publicitar de maxim 30 de secunde 3. video/ storytelling de maxim 120 de secunde	-	-	2
5	Instrumente folosite în creaţie. Tehnici de creaţie. Metoda SAMPER. Vodafone şi ciobanul Ghiţă. Procesul de debriefing şi de creare a unui concept publicitar	Exerciţiul, demonstraţia, problematizarea, analize semiotice complexe/semioza şi triada semiotică transparentă în abordarea comparativă a trei tipuri diferite de produse publicitare: 1.printuri: fotografie/ afiş; 2. reclamă/ clip publicitar de maxim 30 de secunde 3. video/ storytelling de maxim 120 de secunde	-	-	2
6	Arhitectura discursului publicitar (II). Analize semiotice complexe a trei tipuri diferite de discursuri publicitare (1.printuri- afişe/ fotografii;2. clip/ reclamă; 3. video/ film/ storytelling) pe o categorie de produse şi servicii de genul dulciuri, parfumuri, ceasuri, cafea, cosmetice, îmbrăcăminte, fashion etc. Varianta a doua, cu completări/ modificări conform feedbackului primit la prezentarea variantei întâi	Exerciţiul, demonstraţia, problematizarea, analize semiotice complexe/semioza şi triada semiotică transparentă în abordarea comparativă a trei tipuri diferite de produse publicitare: 1.printuri: fotografie/ afiş; 2. reclamă/ clip publicitar de maxim 30 de secunde 3. video/ storytelling de maxim 120 de secunde	-	-	2
7	Arhitectura discursului publicitar (III). Analize semiotice complexe a trei tipuri diferite de discursuri publicitare (1.printuri- afişe/ fotografii;2. clip/ reclamă; 3. video/ film/ storytelling) pe o categorie de produse şi servicii de genul dulciuri, parfumuri, ceasuri, cafea, cosmetice, îmbrăcăminte, fashion etc. Varianta a treia, cu completări/ modificări conform feedbackului primit la prezentarea variantei a doua.	Exerciţiul, demonstraţia, problematizarea, analize semiotice complexe/semioza şi triada semiotică transparentă în abordarea comparativă a trei tipuri diferite de produse publicitare: 1.printuri: fotografie/ afiş; 2. reclamă/ clip publicitar de maxim 30 de secunde 3. video/ storytelling de maxim 120 de secunde	-	-	2
8	Creaţia în publicitate şi semiotica publicitară. Criterii de evaluare în vederea creării unui discurs publicitar/ video/ film/ storytelling de 90 de secunde, în pereche. Atribuţiile copywriterului	Exerciţiul creativ, jocul de rol, demonstraţia, problematizarea, analize semiotice complexe/semioza şi triada semiotică transparentă în abordarea creării unui discurs publicitar propriu, în pereche: 1.raporturile dintre titlu şi componentele clipului/ videoului 2.expresivitatea imaginii şi modul de punere în pagină 3.storyboarding/ 5 momente ale subiectului conform piramidei lui Freitag/ story in three/ five pictures 4. folosirea metodei VASK/ ce vede/ ce aude/ ce simte/ ce se mişcă în camera de filmat	-	-	2

		5. prezentarea a minim 2 variante de film/ video/ story până la examenul sumativ			
9	Creația în publicitate (I). Crearea unui discurs publicitar/ video/ film/ storytelling de 90 de secunde, în pereche. Varianta întâi. Storyboarding/ 5 momente ale subiectului/minim 3 stări	Exercițiul creativ, jocul de rol, demonstrația, problematizarea, analize semiotice complexe/semioza și triada semiotică transparentă în abordarea creării unui discurs publicitar propriu, în pereche: 1.raporturile dintre titlu și componentele clipului/ videoului 2.expresivitatea imaginii și modul de punere în pagină 3.storyboarding/ 5 momente ale subiectului conform piramidei lui Freitag/ story in three/ five pictures 4. folosirea metodei VASK/ ce vede/ ce aude/ ce simte/ ce se mișcă în camera de filmat 5. prezentarea a minim 2 variante de film/ video/ story până la examenul sumativ	-	-	2
10	Creația în publicitate (II). Crearea unui discurs publicitar/ video/ film/ storytelling de 90 de secunde, în pereche. Varianta a doua. de la poveste la scenariu/ screenplay	Exercițiul creativ, jocul de rol, demonstrația, problematizarea, analize semiotice complexe/semioza și triada semiotică transparentă în abordarea creării unui discurs publicitar propriu, în pereche: 1.raporturile dintre titlu și componentele clipului/ videoului 2.expresivitatea imaginii și modul de punere în pagină 3.storyboarding/ 5 momente ale subiectului conform piramidei lui Freitag/ story in three/ five pictures 4. folosirea metodei VASK/ ce vede/ ce aude/ ce simte/ ce se mișcă în camera de filmat 5. prezentarea a minim 2 variante de film/ video/ story până la examenul sumativ	-	-	2
11	Creația în publicitate (III). Crearea unui discurs publicitar/ video/ film/ storytelling de 90 de secunde, în pereche. Varianta a treia. De la scenariu/ la shotlist/ lista de filmare	Exercițiul creativ, jocul de rol, demonstrația, problematizarea, analize semiotice complexe/semioza și triada semiotică transparentă în abordarea creării unui discurs publicitar propriu, în pereche: 1.raporturile dintre titlu și componentele clipului/ videoului 2.expresivitatea imaginii și modul de punere în pagină 3.storyboarding/ 5 momente ale subiectului conform piramidei lui Freitag/ story in three/ five pictures 4. folosirea metodei VASK/ ce vede/ ce aude/ ce simte/ ce se mișcă în camera de filmat 5. prezentarea a minim 2 variante de film/ video/ story până la examenul sumativ	-	-	2
12	Analiza semiotică a videoului/ clipului/ storyului creat pentru un produs/ serviciu publicitar indicând o valoare pe o scală de la 1 la 5 privind nivelul de acțiune asupra sistemului de valori și atitudini a 2 tipuri de public diferite/ grupuri țintă de public diferite (intelectuali vs	Exercițiul creativ, jocul de rol, demonstrația, problematizarea, analize semiotice complexe/semioza și triada semiotică transparentă în abordarea creării unui discurs publicitar propriu, în pereche:	-	-	2

muncitori/ elevi vs studenți)	1. raporturile dintre titlu și componentele clipului/ videoului expresivitatea imaginii și modul de punere în pagină 3. storyboarding/ 5 momente ale subiectului conform piramidei lui Freitag/ story in three/ five pictures 4. folosirea metodei VASK/ ce vede/ ce aude/ ce simte/ ce se mișcă în camera de filmat 5. prezentarea a minim 2 variante de film/ video/ story până la examenul sumativ			
-------------------------------	--	--	--	--

Bibliografie

[I] Bibliografie obligatorie:

1. Borțun, Dumitru, Borșa, Teodor, Semiotica vizualului. Foto-video și procesarea computerizată a imaginii, în Semiotică și publicitate, Editura UNIVERSITATEA NAȚIONALĂ DE ARTE, FACULTATEA DE ARTE PLASTICE, București, 2008

2. Popescu, Costin, Creație în publicitate. Publicitatea, sistem cultural simbolic, Universitatea din București, Facultatea de Jurnalism și Științele Comunicării, 2018

<https://ro.scribd.com/document/53287893/Creatie-in-Publicitate-Publicitatea-Sistem-Cultural-Simbolic>

3. MIGDALOVICI, Teodora, CREATIVITATE IN PUBLICITATE. Curs introductiv în spațiul creativ, SNSPA, București, 2008

<https://ro.scribd.com/doc/93253236/SNSPA-Creativitate-in-publicitate>

[II] Bibliografie facultativă/ opțională (două titluri la alegere):

2. Chevalier, J., Gheerbrant, A., Dicționar de simboluri, Editura Artemis, București, 1994.

3. Dâncu, V., Comunicarea simbolică. Arhitectura discursului publicitar, Editura Dacia, Cluj-Napoca, 1999.

4. Fallon, Patt, Senn, Fred, Creativitatea în publicitate, Ed. ALL, București, 2008.

5. Higgins, Dennis, Cum se scrie în publicitate (William Bernbach, Leo Burnett, George Gribbin, David Ogilvy, Rosser Reeves în dialog cu Dennis Higgins), ed. Humanitas, București, 2013.

6. Ogilvy, David, On advertising, Crown Publishers, New York, 1983 – trad.rom.2001.

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

Coroborarea cursului cu Semiotica și aspecte ale comunicării vizuale/ verbale, paraverbale și nonverbale pentru rezolvarea/ simularea rezolvării unor probleme comunitare/ de comunicare comunitară prin creație publicitară

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Evaluarea pe baza unor proiecte de grup sau individuale în care elaborează planuri media pentru campanii reale sau fictive. Participarea activă și contribuțiile relevante în cadrul cursurilor și seminarelor.	Urmărirea atenției active, implicarea susținută prin participarea la curs.	10
- în timpul activității practice	Urmărirea dezvoltării unui set complex de competențe, de la cunoștințele teoretice la abilitățile practice și analitice, esențiale în domeniul media planning.	Solicitarea unor lucrări de cercetare sau rapoarte pe teme specifice din domeniul media planning. Teste scrise pentru a evalua cunoștințele teoretice ale studenților despre principiile și strategiile de media planning.	30
Evaluare finală			
- examen teoretic final	capacitatea de a identifica/ selecta informația esențială și/ sau de detaliu din curs și a o transfera în rezolvarea creativă și personală a trei tipuri diferite de itemi: de completare, de tip grilă și cu răspuns redacțional scurt	chestionarul cu itemi de tip completare, grilă, răspuns redacțional scurt de 200-300 de cuvinte	60
- examen practic final	-	-	0

Standard minim de performanță:

Este necesară întocmirea de referat/eseu/proiect pentru acces la examen. Realizarea punctajului pentru nota 5 însumează evaluarea cunoștințelor teoretice și activitatea la seminare. Aceasta presupune participarea activă și implicarea la orele de curs și seminar, susținerea materialelor redacționale și rezolvarea a minimum jumătate dintre subiectele supuse examinării.

11. Orar consultații studenți

Conf dr Szekely Eva-Monica	lunea h 16-17
----------------------------	---------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Relații publice politice			
2.2 Titularul activităților de curs: Lect dr Cistelean Alexandru			
2.3 Titularul activităților practice: Alexandru Cistelean			
2.4 Anul de studii: III	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: E	2.7 Regimul disciplinei: Obl

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 8	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 4
3.4 Total ore din planul de învățământ: 56	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 28
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 20		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 20		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 20		
- tutorial: 0		
- examinări: 2		
- alte activități: 7		
3.8 Total ore de studiu individual: 69		
3.9 Total ore pe semestru: 125		
3.10 Număr de credite: 5		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
Proiector in sala
5.2 a activităților practice:
Proiector in sala

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
C 1. Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul Științelor comunicării
C 1.1 Definirea principalelor concepte specifice domeniului, utilizarea lor și a terminologiei de specialitate în situații multiple
C 1.2 Explicarea conceptuală a situațiilor de comunicare și a problemelor de specialitate în domeniu.
C 1.3 Aplicarea principiilor deontologice și a normelor etice care stau la baza organizării și funcționării activităților specifice domeniului de specialitate, descrierea modului de organizare a profesiei și a valorilor acesteia.
C 1.4 Aplicarea legislației naționale și europene privind liberul acces la informație, proprietatea intelectuală, drepturile de autor, copyright-ul etc. în procesul comunicării profesionalizate și în activitățile de informare

documentare.
C 1.5 Elaborarea unor proiecte specifice de investigație și intervenție în domeniul de specialitate.
Elaborarea și susținerea publică a unei lucrări de licență, cu caracter aplicativ pe o temă din domeniul
C 3. Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în procesul de relații publice
C 3.4 Identificarea și utilizarea unor tehnici și indicatori relevanți pentru monitorizarea și evaluarea proceselor de comunicare.
C 3.5 Elaborarea unui plan de comunicare eficientă în situații definite de comunicare publică.
Prezentarea rezultatelor unei cercetări de relații publice într-un format standard de comunicare
6.2 transversale:
CT3 Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii
6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:
Aprofundarea conceptelor de bază ale domeniului, astfel încât capacitatea de a hotărî utilizarea unui procedeu practic de relații publice să fie marcată de promptitudine, eficiență și corectitudine.
7.2 Obiective specifice:
Întelegerea configurațiilor specifice ale relațiilor publice în desfășurarea lor în diferitele sectoare de activitate socială.

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Introducere în relațiile publice politice	Prelegeri, discuții	-	-	4
2	Istoria timpurie a relațiilor publice politice	Prelegeri, discuții, studii de caz	-	-	2
3	Relațiile publice politice și apariția mediilor de masă	Prelegeri, discuții, studii de caz	-	-	2
4	Influența radioului asupra relațiilor publice politice	Prelegeri, discuții, studii de caz	-	-	2
5	Influența televiziunii asupra relațiilor publice politice	Prelegeri, discuții, studii de caz	-	-	2
6	Relațiile publice politice în contextul Războiului Rece	Prelegeri, discuții, studii de caz	-	-	4
7	Relațiile publice politice internaționale la căderea comunismului	Prelegeri, discuții, studii de caz	-	-	2
8	Relațiile publice politice în Estul postcomunist	Prelegeri, discuții, studii de caz	-	-	4
9	Relațiile publice politice în era digitalizării	Prelegeri, discuții, studii de caz	-	-	4
10	Relațiile publice politice pe social media	Prelegeri, discuții, studii de caz	-	-	2

Bibliografie

Spiro Kirousis et al. (eds.), Political Public Relations: Concepts, Principles, Applications, Routledge, 2019

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Political PR în epoca imperialismului	Discuții, prezentări, studii de caz	-	-	4
2	Political PR în Revoluția Rusă	Discuții, prezentări, studii de caz	-	-	2
3	Political PR în timpul Primului Război Mondial	Discuții, prezentări, studii de caz	-	-	4
4	Liga Națiunilor și relațiile publice politice în interbelic	Discuții, prezentări, studii de caz	-	-	2
5	Political PR în timpul celui de-al DOilea Război Mondial	Discuții, prezentări, studii de caz	-	-	4
6	Political PR în zorii Războiului Rece	Discuții, prezentări, studii de caz	-	-	2
7	Destalinizare și dezghet în relațiile publice politice ale anilor 1960-70	Discuții, prezentări, studii de caz	-	-	2

8	Perestroika si bancuri sovietice. POLitical PR in anii 1980	Discutii, prezentari, studii de caz	-	-	2
9	POLitical PR in tranzitia postcomunista a Estului Europei	Discutii, prezentari, studii de caz	-	-	2
10	Political PR in criza econommica din 2008-2011	Discutii, prezentari, studii de caz	-	-	2
11	Political PR in criza din Ucraina	Discutii, prezentari, studii de caz	-	-	2

Bibliografie

Jesper Stromback et. al. (eds.), Political Public Relations. Principles and Applications, Routledge, 2011

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

Insusirea notiunilor discutate la curs si seminar, precum si intelegerea mecanismelor specifice de derulare arelatiilor publice in domeniul politic raspunde asteptarilor si nevoilor angajatorilor din domeniu, precum si ale reprezentantilor comunitatilor care vor fi deservite de aceste programe de relatii publice.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Participarea la discutii	Prezentari, discutii	20
- în timpul activității practice	Referate, prezentari, discutii	Referate, prezentari, discutii	30
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Insusirea conceptelor si exemplelor de baza	Examen scris	50
- examen practic final	-	-	0

Standard minim de performanță:

Insusirea conceptelor de baza, realizarea unei prezentari pentru seminar

11. Orar consultații studenți

Lect dr Cistelecan Alexandru	Marti, 12-14
------------------------------	--------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Introducere în CMS-uri			
2.2 Titularul activităților de curs: Lect dr ing Crainicu Bogdan			
2.3 Titularul activităților practice: Drd. Gergely Adam			
2.4 Anul de studii: III	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Opt

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 8	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 4
3.4 Total ore din planul de învățământ: 56	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 28
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 30		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 20		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 10		
- tutorial: 5		
- examinări: 2		
- alte activități: 2		
3.8 Total ore de studiu individual: 69		
3.9 Total ore pe semestru: 125		
3.10 Număr de credite: 5		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

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

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: Sala de curs cu proiector și cu acces wireless la Internet.
5.2 a activităților practice: Sala de laborator cu calculatoare conectate la Internet.

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: C2.1 Identificarea și înțelegerea teoriilor cu privire la gestiunea informațiilor, comunicarea mediatică, sistemele media, dinamica acestora și la efectele comunicării mediatice. C2.2 Identificarea particularităților utilizării specializate a diverselor tipuri media în comunicare. C2.3 Utilizarea tehnologiilor adecvate în realizarea și comunicarea profesionalizată a diverselor produse de informare, cu respectarea dreptului publicului de a fi informat corect. C2.4 Utilizarea unor criterii și metode standard de evaluare a calității și limitelor folosirii diverselor tehnologii în cadrul unor acte concrete de informare și comunicare.. C2.5 Realizarea de portofolii cu privire la dimensiunea mediatică a unui act de informare și/ sau comunicare profesionalizată. - Întocmirea unui plan de folosire a noilor tehnologii informaționale și media pentru un proiect concret de gestiune
--

a informației și/ sau de comunicare profesionalizată.

6.2 transversale:

CT1 Rezolvarea în mod realist – cu argumentare atât teoretică, cât și practică – a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora.

Standarde minime de performanță pentru evaluarea competenței: Elaborarea unui proiect sau cel puțin a unei părți a unui asemenea proiect, aplicând atât cunoștințe, teorii și metode de diagnoză și intervenție, cât și norme și principii de etică profesională.

CT2 Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice.

Standarde minime de performanță pentru evaluarea competenței: Participarea la realizarea unui proiect în echipă, cu îndeplinirea unor funcții profesionale date.

CT3 Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii.

Standarde minime de performanță pentru evaluarea competenței: Identificarea nevoii de formare profesională și realizarea unui plan de carieră, prin utilizarea resurselor informaționale.

6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:

Managementul și gestionarea conținutului digital.

7.2 Obiective specifice:

Cunoașterea sistemelor de management al conținutului prin intermediul funcțiilor de management al activelor digitale utilizate pe diferite canale de marketing, inclusiv site-uri, materiale de marketing, campanii de e-mail, magazine online, servicii de căutare plătită și bloguri.

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Fundamente ale conceptului CMS. Exemple.	Prelegere	-	-	10
2	Caracteristici operationale. Setare și configurare.	Prelegere	-	-	9
3	Strategii de optimizare. Fluxuri de lucru.	Prelegere	-	-	9

Bibliografie

Birtha, Attila, Șuhanea, Daniela, „Cu ce se mănâncă de fapt marketing-ul”, Editura Hyperliteratura, București, 2021

Engel, Eric, Spencer, Stephan, Stricchiola, Jessie, „The art of SEO. Mastering Search Engine Optimisation”, Editura O'Reilly Media, 2015

Kingsnorth, Simon, „Digital Marketing Strategy. An integrated approach to online marketing”, Editura Kogan Page Ltd, 2016

Milovan, Anca-Maria, Dobre, Costinel, „Marketing online și social media”, Editura C.H. Beck, București, 2019

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Studiu de caz 1.	Project-based learning (expunere/descrierea problemei proiectului, managementul proiectului, parametrizarea datelor de intrare, exemple, demonstrații și rezolvări practice, diseminarea, analiza și interpretarea colaborativă a rezultatelor.	-	-	7
2	Studiu de caz 2.	Project-based learning (expunere/descrierea problemei proiectului, managementul proiectului, parametrizarea datelor de intrare, exemple, demonstrații și rezolvări practice, diseminarea, analiza și interpretarea colaborativă a rezultatelor.	-	-	7
3	Studiu de caz 3.	Project-based learning (expunere/descrierea problemei proiectului, managementul proiectului, parametrizarea datelor de intrare, exemple, demonstrații și rezolvări practice, diseminarea, analiza și interpretarea colaborativă a rezultatelor.	-	-	7
4	Studiu de caz 4.	Project-based learning (expunere/descrierea problemei proiectului, managementul proiectului, parametrizarea datelor de intrare, exemple, demonstrații și rezolvări practice, diseminarea, analiza și interpretarea colaborativă a rezultatelor.	-	-	7

Bibliografie

Birtha, Attila, Șuhanea, Daniela, „Cu ce se mănâncă de fapt marketing-ul”, Editura Hyperliteratura, București, 2021

Engel, Eric, Spencer, Stephan, Stricchiola, Jessie, „The art of SEO. Mastering Search Engine Optimisation”, Editura O'Reilly Media, 2015

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

-

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Cunoștințe teoretice și aplicative interdisciplinare, comune cu retorica/ modulul 3/ transferate în aplicații: analiza retorică și semiotică (intuitivă) a unei producții digitale de trei minute create în echipe de câte 5 studenți/ Analiza și interpretarea feedbackului oferit/ primit de la publicul țintă online pentru 3 produse de scriere digitală diferite care continuă/ prelucrează/ reordonează materialul dezbaterii din cadrul disciplinei Retorica (modulul 3) (jurnal de cititor/ scriitor, blog/ storytelling/ jurnalism longform/ reportaj/ anchetă/ film de minim 3 episoade) raportate la același context / problematică, la alegere privind „TOP 10 probleme ale lumii contemporane/ ale României/ orașului Târgu-Mureș” Intervenții de 2-3 minute în cadrul cursurilor, cu argumente corelate cu cursurile anterioare Bonusuri de 1-2 puncte pentru fiecare intervenție la curs, nu mai mult de 2 puncte/ curs, puncte care se vor adăuga la nota finală, nu mai mult de 14 puncte în total	Căutarea/ documentarea din surse digitale diverse pentru a da exemple adecvate conceptelor/ noțiunilor teoretice prezentate la curs Jurnal dublu Diagrama Venn și alte metode de organizare/ structurare a informațiilor Profesor pentru 5 minute eseul de 5 minute prelegerea cu oponent	0
- în timpul activității practice	Realizarea (individual și/ sau în echipă) a minim 3 texte online individual/ piese de portofoliu individual și/sau proiect de cercetare interdisciplinară/ studiu de caz în echipe de 3 studenți (aceiași care au colaborat pentru realizarea dezbaterii/ a portofoliului de la disciplina Retorica, modulul 3, anul I) privind: 1. analiza și interpretarea intereselor de lectură/ scriere creatoare digitală a diverse publicuri online din arealul mureșean/ național/ european privind 2. problematica dezbaterii/ a temei alese la Retorică/ dezbaterii de tip Karl Popper transferată în diverse forme/ variante pe blogul personal/ de echipă; 3. editarea de texte (non)ficționale personale și/ sau narrative pentru mediul online pe diverse platforme digitale preferate, Facebook, Twitter, Instagram (blog, vlog, reportaje, portrete etc.) pentru 4. promovarea prin minim 3 texte digitale diferite - articole/ reviste online/ social media/ alte media digitale (blogging, vlogging, storytelling, jurnalism longform etc.- a unor idei/ soluții privind rezolvarea problemei alese pentru dezbaterii de la disciplina Retorica și/ sau o altă temă, la alegere care să aibă legătură cu contextul general al discuțiilor de la cursuri și seminare: Top 10 probleme ale județului/ țării/ Europei/ lumii contemporane	Portofoliu personal și/ sau de grup cu minim 3 piese de portofoliu diferite raportate la 3 tipare/ texte digitale diferite (individuale) de produse: 1. înregistrarea și crearea unei reviste online a studenților de la CME/ UMFST „G.E.Palade” și/ sau 2. înregistrarea și crearea unui blog personal și/ sau de echipă/ pe care să fie editate/ postate minim 3 texte digitale de tipare diferite (de student) - Storytelling: crearea și prezentarea unui scurt video (3 minute) 3. Tehnici de planificare a textului. Căutarea/ documentarea/ adaptarea/ realizarea planului de text, rescrierea textelor după feedbackul primit de la publicurile țintă- online 4. un text de jurnalism digital longform (storytelling:reportaj, anchetă de minim 3 episoade)	50
Evaluare finală			
- examen teoretic final	noțiuni și concepte teoretice privind legislația și procesul creativ online corelate cu date despre publicul țintă online, editarea online, feedbackul online, tipare textuale digitale și (in)succesul în activitatea de digital writing	chestionar cu 3 tipuri de itemi: de completare/itemi grilă/ cu alegere multiplă și 2 itemi cu răspuns redacțional scurt	20

- examen practic final	Produsul și procesul creativ. Editarea de texte digitale. Editarea aceleiași produs creativ ficțional sau nonficțional pentru segmente diferite de public online. Compararea, analiza și interpretarea datelor, a feedbackului primit de la diverse categorii de publicuri țintă 10 criterii a câte 0,20p/ criteriu, cunoscute încă de la începutul semestrului, la primul curs/ seminar	Portofoliul de minim 5 produse creative de student. Pot fi reluate piese din portofoliul de evaluare de pe parcursul semestrului, cu condiția să fie marcate cu o altă culoare modificările, completările și intervențiile creative după feedbackul primit la evaluarea pe parcursul semestrului Se vor susține oral 2 piese din portofoliu: Piesă obligatorie: „Jurnal de scriitor online. Unicitatea fiecărei zile/ Scriitorul digitalizat ca artist” (o lună, la alegere, aprilie/ mai/ iunie Prezentarea unei piese individuale, creative, o piesă nouă, neprezentată pe parcursul semestrului	30
------------------------	---	---	----

Standard minim de performanță:

• Participarea la realizarea unui proiect în echipă, cu îndeplinirea unor funcții profesionale date/ Obligatorietatea susținerii portofoliului de produse creative la seminare/ recuperarea susținerii contra cost, conform Regulamentului UMFS

Elaborarea unui proiect sau cel puțin a unei părți a unui asemenea proiect (Produsul și procesul creativ digitalizat. Editarea de texte multimodale/ digitale. Editarea unui produs creativ ficțional sau nonficțional pentru segmente diferite de public online (comics/ benzi desenate, video, storytelling, blog, vlog, podcast etc.), aplicând atât cunoștințe, teoretice, cât și metode de diagnoză și intervenție, norme și principii de etică profesională/ licențe/copyright/ plagiat

• 75% frecvență la seminare/

• Minim 25 de puncte acumulate din totalul de 50 de puncte de pe parcursul activităților practice impuse pe parcursul semestrului (10.1, 10.2 și 10.3): I (I.1+I.2+I.3) = minim 25 de puncte

• Minim 10 puncte acumulate din totalul de 20 de puncte de la examenul teoretic final (10.4.): II.1 + II.2= minim 10 puncte

Minim 15 de puncte acumulate din totalul de 30 de puncte de la examenul practic final (10.4.): II.1 + II.2= minim 25 de puncte

• Punctele se vor transforma în notă, rotunjindu-se în sus, în favoarea studentului, după modelul: I (I.1+I.2+I.3) + II (II.1+ II.2) =37p (17p+12p+ 8p)+ 29p (15p+14p) =66 p, deci nota 7 (șapte)

Extra-bonusurile obținute în total puncte la cursuri vor fi adăugate la nota finală ca puncte

11. Orar consultații studenți

Lect dr ing Crainicu Bogdan	Marti, 12-14, sala A305.
-----------------------------	--------------------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Optimizare SEO			
2.2 Titularul activităților de curs: Lect dr Sigmirean Corneliu-Cezar			
2.3 Titularul activităților practice: Cezar Sigmirean			
2.4 Anul de studii: III	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Opt

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 8	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 4
3.4 Total ore din planul de învățământ: 56	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 28
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 30		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 20		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 10		
- tutorial: 5		
- examinări: 2		
- alte activități: 2		
3.8 Total ore de studiu individual: 69		
3.9 Total ore pe semestru: 125		
3.10 Număr de credite: 5		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
-
5.2 a activităților practice:
Sală cu videoproector și calculatoare

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
C2.1 Identificarea și înțelegerea teoriilor cu privire la gestiunea informațiilor, comunicarea mediatică, sistemele media, dinamica acestora și la efectele comunicării mediatice.
C2.2 Identificarea particularităților utilizării specializate a diverselor tipuri media în comunicare.
C2.3 Utilizarea tehnologiilor adecvate în realizarea și comunicarea profesionalizată a diverselor produse de informare, cu respectarea dreptului publicului de a fi informat corect.
C2.4 Utilizarea unor criterii și metode standard de evaluare a calității și limitelor folosirii diverselor tehnologii în cadrul unor acte concrete de informare și comunicare..
C2.5 Realizarea de portofolii cu privire la dimensiunea mediatică a unui act de informare și/ sau comunicare profesionalizată.
- Întocmirea unui plan de folosire a noilor tehnologii informaționale și media pentru un proiect concret de gestiune

a informației și/ sau de comunicare profesionalizată.

6.2 transversale:

CT1 Rezolvarea în mod realist – cu argumentare atât teoretică, cât și practică – a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora.

Standarde minime de performanță pentru evaluarea competenței: Elaborarea unui proiect sau cel puțin a unei părți a unui asemenea proiect, aplicând atât cunoștințe, teorii și metode de diagnoză și intervenție, cât și norme și principii de etică profesională.

CT2 Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice.

Standarde minime de performanță pentru evaluarea competenței: Participarea la realizarea unui proiect în echipă, cu îndeplinirea unor funcții profesionale date.

CT3 Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii.

Standarde minime de performanță pentru evaluarea competenței: Identificarea nevoii de formare profesională și realizarea unui plan de carieră, prin utilizarea resurselor informaționale.

6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:

-

7.2 Obiective specifice:

-

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Fundamente ale conceptului de SEO	Prelegere	2 activități	-	4
2	Evoluția rezultatelor din Google în ultimii 20 ani	Prelegere	1 activitate	-	2
3	Lista caracteristicilor motorului de căutare Google	Prelegere	1 activitate	-	2
4	Cum caută oamenii în Google: Înțelegerea intenției de căutare	Prelegere	1 activitate	-	2
5	Explicarea conceptului de keyword/cuvânt-cheie în publicitatea online	Prelegere	2 activități	-	4
6	Strategii de optimizare a cuvintelor cheie	Prelegere	1 activitate	-	2
7	Instrumente online necesare în procesul de optimizare (SEO)	Prelegere	1 activitate	-	2
8	Etapele strategiei SEO	Prelegere	1 activitate	-	2
9	Google Analytics și Google Search Console	Prelegere	1 activitate	-	2
10	Analiza de cuvinte-cheie: Live demo-uri, Tool-uri, Indicatori metrice	Prelegere	1 activitate	-	2
11	Optimizarea bugetului de crawling	Prelegere	1 activitate	-	2
12	Titluri și Snippet-uri - definirea conceptelor și modalități de optimizare a acestora	Prelegere	1 activitate	-	2

Bibliografie

Bibliografie:

Birtha, Attila, Șuhanea, Daniela, „Cu ce se mănâncă de fapt marketing-ul”, Editura Hyperliteratura, București, 2021

Enge, Eric, Spencer, Stephan, Stricchiola, Jessie, „The art of SEO. Mastering Search Engine Optimisation”, Editura O'Reilly Media, 2015

Kingsnorth, Simon, „Digital Marketing Strategy. An integrated approach to online marketing”, Editura Kogan Page Ltd, 2016

Milovan, Anca-Maria, Dobre, Costinel, „Marketing online și social media”, Editura C.H. Beck, București, 2019

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
----	------	-------------------	------------	-----------------	--------

1	Headings: definirea lor și a modului în care le folosim în pagină	Studiu de caz	1 activitate	-	2
2	Sitemaps în arhitectura unui website	Studiu de caz	1 activitate	-	2
3	URL-uri: Bune practici în crearea și schimbarea lor	Studiu de caz	1 activitate	-	2
4	Conținutul duplicat în strategia de SEO	Studiu de caz	1 activitate	-	2
5	Linkuri interne: explicare termen, exemple practice și importanța lor	Studiu de caz	1 activitate	-	2
6	Optimizarea imaginilor: Tehnici eficiente pentru a fi vizibil în Google Images	Analiză	1 activitate	-	2
7	Coduri de răspuns ale paginilor: 2xx, 3xx, 4xx si 5xx	Analiză	1 activitate	-	2
8	Core web vitals: Cum ne pregătim pentru schimbările Google	Studiu de caz	1 activitate	-	2
9	User Experience: Cum contribuie experiența de navigare la procesul de optimizare SEO?	Analiză	1 activitate	-	2
10	Backlink-uri și Link Building	Analiză	1 activitate	-	2
11	Monitorizarea competiției privind calitatea și cantitatea backlink-urilor	Analiză	1 activitate	-	2
12	Principii si reguli după care sa ne ghidăm în campania de obținere de linkuri	Studiu de caz	1 activitate	-	2
13	Planificarea unei strategii de Content Marketing	Studiu de caz	1 activitate	-	2
14	KPI pentru măsurarea performanței în procesul de optimizare SEO	Studiu de caz	1 activitate	-	2

Bibliografie

Bibliografie:

Birtha, Attila, Șuhanea, Daniela, „Cu ce se mănâncă de fapt marketing-ul”, Editura Hyperliteratura, București, 2021

Enge, Eric, Spencer, Stephan, Stricchiola, Jessie, „The art of SEO. Mastering Search Engine Optimisation”, Editura O'Reilly Media, 2015

Kingsnorth, Simon, „Digital Marketing Strategy. An integrated approach to online marketing”, Editura Kogan Page Ltd, 2016

Milovan, Anca-Maria, Dobre, Costinel, „Marketing online și social media”, Editura C.H. Beck, București, 2019

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

-

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Cunoștințe teoretice și aplicative interdisciplinare, comune cu retorica/ modulul 3/ transferate în aplicații: analiza retorică și semiotică (intuitivă) a unei producții digitale de trei minute create în echipe de câte 5 studenți/ Analiza și interpretarea feedbackului oferit/ primit de la publicul țintă online pentru 3 produse de scriere digitală diferite care continuă/ prelucrează/ reordonează materialul dezbaterii din cadrul disciplinei Retorica (modulul 3) (jurnal de cititor/ scriitor, blog/ storytelling/ jurnalism longform/ reportaj/ anchetă/ film de minim 3 episoade) raportate la același context / problematică, la alegere privind „TOP 10 probleme ale lumii contemporane/ ale României/ orașului Târgu-Mureș” Intervenții de 2-3 minute în cadrul cursurilor, cu	Căutarea/ documentarea din surse digitale diverse pentru a da exemple adecvate conceptelor/ noțiunilor teoretice prezentate la curs Jurnal dublu Diagrama Venn și alte metode de organizare/ structurare a informațiilor Profesor pentru 5 minute eseul de 5 minute prelegerea cu oponent	0

	argumente corelate cu cursurile anterioare		
	Bonusuri de 1-2 puncte pentru fiecare intervenție la curs, nu mai mult de 2 puncte/ curs, puncte care se vor adăuga la nota finală, nu mai mult de 14 puncte în total		
- în timpul activității practice	Realizarea (individual și/ sau în echipă) a minim 3 texte online individual/ piese de portofoliu individual și/sau proiect de cercetare interdisciplinară/ studiu de caz în echipe de 3 studenți (aceiași care au colaborat pentru realizarea dezbaterii/ a portofoliului de la disciplina Retorica, modulul3, anul I) privind: 1. analiza și interpretarea intereselor de lectură/ scriere create digitale a diverse publicuri online din arealul mureșean/ național/ european privind 2. problematica dezbaterii/ a temei alese la Retorică/ dezbaterii de tip KarlPopper transferată în diverse forme/ variante pe blogul personal/ de echipă; 3. editarea de texte (non)ficționale personale și/ sau narative pentru medii online pe diverse platforme digitale preferate, Facebook, Twitter, Instagram (blog, vlog, reportaje, portrete etc.) pentru 4. promovarea prin minim 3 texte digitale diferite - articole/ reviste online/ social media/ alte media digitale (blogging, vlogging, storytelling, jurnalism longform etc.- a unor idei/ soluții privind rezolvarea problemei alese pentru dezbaterii de la disciplina Retorica și/ sau o altă temă, la alegere care să aibă legătură cu contextul general al discuțiilor de la cursuri și seminare: Top 10 probleme ale județului/ țării/ Europei/ lumii contemporane	Portofoliu personal și/ sau de grup cu minim 3 piese de portofoliu diferite raportate la 3 tipare/ texte digitale diferite (individuale) de produse: 1. înregistrarea și crearea unei reviste online a studenților de la CME/ UMFST „G.E.Palade” și/ sau 2. înregistrarea și crearea unui blog personal și/ sau de echipă/ pe care să fie editate/ postate minim 3 texte digitale de tipare diferite (de student) - Storytelling: crearea și prezentarea unui scurt video (3 minute) 3. Tehnici de planificare a textului. Căutarea/ documentarea/ adaptarea/ realizarea planului de text, rescrierea textelor după feedbackul primit de la publicurile țintă- online 4. un text de jurnalism digital longform (storytelling:reportaj, anchetă de minim 3 episoade)	50

Evaluare finală

- examen teoretic final	noțiuni și concepte teoretice privind legislația și procesul creativ online corelate cu date despre publicul țintă online, editarea online, feedbackul online, tipare textuale digitale și (in)succesul în activitatea de digital writing	chestionar cu 3 tipuri de itemi: de completare/itemi grilă/ cu alegere multiplă și 2 itemi cu răspuns redacțional scurt	20
- examen practic final	Produsul și procesul creativ. Editarea de texte digitale. Editarea aceluiași produs creativ ficțional sau nonficțional pentru segmente diferite de public online. Compararea, analiza și interpretarea datelor, a feedbackului primit de la diverse categorii de publicuri țintă 10 criterii a câte 0,20p/ criteriu, cunoscute încă de la începutul semestrului, la primul curs/ seminar	Portofoliul de minim 5 produse creative de student. Pot fi reluate piese din portofoliul de evaluare de pe parcursul semestrului, cu condiția să fie marcate cu o altă culoare modificările, completările și intervențiile creative după feedbackul primit la evaluarea pe parcursul semestrului Se vor susține oral 2 piese din portofoliu: Piesă obligatorie: „Jurnal de scriitor online. Unicitatea fiecărei zile/ Scriitorul digitalizat ca artist” (o lună, la alegere, aprilie/ mai/ iunie Prezentarea unei piese individuale, creative, o piesă nouă, neprezentată pe parcursul semestrului	30

Standard minim de performanță:

- Participarea la realizarea unui proiect în echipă, cu îndeplinirea unor funcții profesionale date/ Obligatorietatea susținerii portofoliului de produse creative la seminare/ recuperarea susținerii contra cost, conform Regulamentului UMFS
- Elaborarea unui proiect sau cel puțin a unei părți a unui asemenea proiect (Produsul și procesul creativ digitalizat. Editarea de texte multimodale/ digitale. Editarea unui produs creativ ficțional sau nonficțional pentru segmente diferite de public online (comics/ benzi desenate, video, storytelling, blog, vlog, podcast etc.), aplicând atât cunoștințe, teoretice, cât și metode de diagnoză și intervenție, norme și principii de etică profesională/ licențe/copyright/ plagiat
- 75% frecvență la seminare/
- Minim 25 de puncte acumulate din totalul de 50 de puncte de pe parcursul activităților practice impuse pe

parcursul semestrului (10.1, 10.2 și 10.3): I (I.1+I.2+I.3) = minim 25 de puncte

- Minim 10 puncte acumulate din totalul de 20 de puncte de la examenul teoretic final (10.4.): II.1 + II.2=minim 10 puncte

Minim 15 de puncte acumulate din totalul de 30 de puncte de la examenul practic final (10.4.): II.1 + II.2=minim 25 de puncte

- Punctele se vor transforma în notă, rotunjindu-se în sus, în favoarea studentului, după modelul: I (I.1+I.2+I.3) + II (II.1+ II.2) =37p (17p+12p+ 8p)+ 29p (15p+14p) =66 p, deci nota 7 (șapte)

Extra-bonusurile obținute în total puncte la cursuri vor fi adăugate la nota finală ca puncte

11. Orar consultații studenți

Lect dr Sigmirean Corneliu-Cezar	Marți, de la 10-14
----------------------------------	--------------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Digital storytelling			
2.2 Titularul activităților de curs: Conf dr Szekely Eva-Monica			
2.3 Titularul activităților practice: Conf. univ. dr. SZEKELY Eva Monica			
2.4 Anul de studii: III	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Opt

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 8	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 4
3.4 Total ore din planul de învățământ: 56	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 28
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 30		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 20		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 10		
- tutorial: 5		
- examinări: 2		
- alte activități: 2		
3.8 Total ore de studiu individual: 69		
3.9 Total ore pe semestru: 125		
3.10 Număr de credite: 5		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum: cunoștințe teoretice și practice din anii anteriori (Semiotică, Semiotică publicitară)
4.2 de competențe: competențe de producție și editare de texte multimedia

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: acces la internet/ laborator multimedia
5.2 a activităților practice: acces la laborator multimedia, camere de filmare, computere echipate cu programe performante de producție și editare multimedia

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: C2. Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC) C2.2 Identificarea particularităților utilizării specializate a diverselor tipuri media în comunicare C2.3 Utilizarea tehnologiilor adecvate în realizarea și comunicarea profesionalizată a diverselor produse de informare, cu respectarea dreptului publicului de a fi informat corect C 3. Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în procesul de relații publice C 3.2 Tratarea comunicării și a publicului/ audienței din perspectiva unor parametri specifici domeniului C 3.4 Identificarea și utilizarea unor tehnici și indicatori relevanți pentru monitorizarea și evaluarea proceselor de comunicare C 4. Realizarea și promovarea unui produs de relații publice
--

C4.2 Explicarea și interpretarea unui eveniment de RP din perspectiva planificării lui strategice
C 4.3 Utilizarea unor cadre metodologice adecvate realizării unui produs de RP
6.2 transversale: CT1. Rezolvarea în mod realist, cu argumentare atât teoretică, cât și practică, a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora CT2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice
6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general: Înțelegerea mecanismelor care stau la baza editării principalelor tipare textuale/ multimodale/ audio-video și dobândirea abilității de a crea texte (non)ficționale creative, adaptate la comunicarea media online
7.2 Obiective specifice: • să aplice principiile de funcționare structurale și lingvistice ale tipurilor textuale principale • să transfere conceptele și mecanismele de funcționare specifice textelor narative online respectând regulile generale ale comunicării și interacțiunii sociale online • să adapteze modul de funcționare al textelor ficționale și/ sau de jurnalism narativ la piața media contemporană dornică de story/ poveste • să integreze fenomenele media în domeniul jurnalismului narativ online pornind de la premisa că „totul este / poate fi poveste” • să utilizeze noțiuni teoretice în studiul și analiza unor cazuri practice/ materiale de marketing să promoveze online • să dobândească abilitatea de redactare a textelor narative (non)ficționale în acord cu cerințele pieței tradiționale și media actuale • să-și implice gândirea critică, reflexivă și autonomă, editând/ reeditând în mai multe tipare/ forme/ perspective (poveste/ scenariu de film/ shotlist) același conținut de text/ fenomen public/ social/ media

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Totul este/ poate fi poveste? Toți suntem/ am putea fi povestitori? Storytelling ca disciplină universitară. Tradiția din spațiul universitar/ publicistic transatlantic. Storytellingul/ Povești care transformă comunicarea în afaceri	prelegere, prelegere cu oponent, dezbateră dirijată, explicația, demonstrația, problematizarea, exercițiul/ aplicație de (auto)evaluare/ multimedia	-	-	2
2	Importanța motorului narativ în marketing. Puterea poveștilor digitale/ digitalizate și tipare textuale. Texte continue, discontinue și multimodale. Tiparul narativ și tiparul descriptiv. Tiparul argumentativ.	prelegere, prelegere cu oponent, dezbateră dirijată, explicația, demonstrația, problematizarea, exercițiul/ aplicație de (auto)evaluare/ multimedia	-	-	2
3	Metoda NARATIV. Ce s-a întâmplat? (I) Piramida lui Freitag și momentele principale ale poveștii. Ideea / Subiectul. Tipuri de subiecte. De la idee la texte. Trei stări: inițială/ transformatoare/ finală. De la „Story in 7 pictures”/ „povestea în 7 imagini” la „story in 3 pictures”/ „povestea în 3 imagini	prelegere, prelegere cu oponent, dezbateră dirijată, explicația, demonstrația, problematizarea, exercițiul/ aplicație de (auto)evaluare/ multimedia	-	-	4
4	Metoda NARTATIV? Ce s-a întâmplat? (II) Structuri narative în ficțiune. Prezentarea conceptelor care stau la baza textelor narative. Forme narative: povestea, structura narativă, personajele, cadrul/ spațiul și timpul. Povestire (în ramă)	prelegere, prelegere cu oponent, dezbateră dirijată, explicația, demonstrația, problematizarea, exercițiul/ aplicație de (auto)evaluare/ multimedia	-	-	2
5	Procesul creativ. Copyright. Structuri textuale. Tipuri de structură în textele descriptive, narative și argumentative. Hărți mentale, acțiuni. Legătura cu publicul. Tehnici de atragere a publicului în poveste. Depășirea fricilor și exprimarea emoțiilor	prelegere, prelegere cu oponent, dezbateră dirijată, explicația, demonstrația, problematizarea, exercițiul/ aplicație de (auto)evaluare/ multimedia	-	-	4
6	Structuri textuale. Tipuri de structuri în storytelling: Spune ce s-a întâmplat Sisteme semiotice și limbaje/ efecte VASK (Vizuale, Auditive, Senzoriale, Kinestezice).	prelegere, prelegere cu oponent, dezbateră dirijată, explicația, demonstrația, problematizarea, exercițiul/ aplicație de (auto)evaluare/ multimedia	-	-	2

7	Procesul de storytelling. De la imagini la storyboard. Găsește-ți finalul. De la „Story in 9 pictures”/„povestea în 9 imagini” la „story in 3 pictures”/ „povestea în 3 imagini	prelegere, prelegere cu oponent, dezbateră dirijată, explicația, demonstrația, problematizarea, exercițiul/ aplicație de (auto)evaluare/ multimedia	-	-	4
8	Structuri narative în texte ficționale și nonficționale. Filmul și seriile/ scenariile. Texte cu caracter personal: jurnalul, memoriile	prelegere, prelegere cu oponent, dezbateră dirijată, explicația, demonstrația, problematizarea, exercițiul/ aplicație de (auto)evaluare/ multimedia	-	-	4
9	Vocea, imaginea, textul. Descoperirea vocii interioare/ emoțiile, trăirile, sentimentele arătate/ deduse/ nu se numesc direct.	prelegere, prelegere cu oponent, dezbateră dirijată, explicația, demonstrația, problematizarea, exercițiul/ aplicație de (auto)evaluare/ multimedia	-	-	2
10	Jurnalismul narativ. Evoluția jurnalismului narativ. Realitate și ficțiune. Genurile jurnalismului narativ. Jurnalismul longform multimedia, narațiuni interactive. Exemple (revista Dor)	prelegere, prelegere cu oponent, dezbateră dirijată, explicația, demonstrația, problematizarea, exercițiul/ aplicație de (auto)evaluare/ multimedia	-	-	2

Bibliografie

[I] Bibliografie obligatorie:

1. Crow, Jonathan, The Art of Storytelling. Make Short Video, Curs de formare profesională, Stanford University Continuing Studies, ianuarie- martie 2020
2. Nossel, Murray, Powered by Storytelling. Cum să extragi, să construiești și să prezinți povești care îți vor transforma comunicarea în afaceri, București, Editura Publica, 2018

[II] Bibliografie facultativă/ opțională:

1. Anderson, Kate T., Chua, Puay Hoe, DIGITAL STORYTELLING AS AN INTERACTIVE DIGITAL MEDIA CONTEXT, in EDUCATIONAL TECHNOLOGY, September-October issue, pp. 32-36
<https://idnarrative.pressbooks.com/chapter/digital-storytelling-as-an-interactive-digital-media-context/>
2. Benmayor, R. (2008). Digital storytelling as a signature pedagogy for the new humanities. Arts and Humanities in Higher Education, 7, pp. 188-204
3. <https://www.slideshare.net/Erfgood/storytelling-and-digital-media-55758726>

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Legislația în domeniul scrierii online. Identificarea și descrierea mediului comunicațional în care conținuturile de texte (multimedia) sunt produse și distribuite la nivel local, național și global	Modelarea, explicația, demonstrația, problematizarea, descoperirea, exercițiul/ aplicație de (auto)evaluare/ multimedia, exercițiul creativ, creație de scurte video	-	-	2
2	Storytelling/ povești de succes din media autohtonă și/ sau europeană/ transatlantică. Business storytelling	Modelarea, explicația, demonstrația, problematizarea, descoperirea, exercițiul/ aplicație de (auto)evaluare/ multimedia, exercițiul creativ, creație de scurte video	-	-	2
3	Crearea/ Prezentarea de filme video de 2-3 minute realizate în echipe. Elaborarea unor obiective/ grile de editare consecvente cu profilul publicului-țintă. Descrierea procesului creativ (1)	Modelarea, explicația, demonstrația, problematizarea, descoperirea, exercițiul/ aplicație de (auto)evaluare/ multimedia, exercițiul creativ, creație de scurte video	-	-	2
4	Crearea/ Prezentarea de filme video de 2-3 minute realizate în echipe. Elaborarea unor obiective/ grile de editare consecvente cu profilul publicului-țintă. Descrierea procesului creativ (2). Jurnalismul longform multimedia	Modelarea, explicația, demonstrația, problematizarea, descoperirea, exercițiul/ aplicație de (auto)evaluare/ multimedia, exercițiul creativ, creație de scurte video	-	-	2

5	Crearea/ Prezentarea de filme video de 2-3 minute realizate în echipe. Elaborarea unor obiective/ grile de editare consecvente cu profilul publicului-țintă. Descrierea procesului creativ (3). Vlogeri. Podcasturi	Modelarea, explicația, demonstrația, problematizarea, descoperirea, exercițiul/ aplicație de (auto)evaluare/ multimedia, exercițiul creativ, creație de scurte video	-	-	2
6	Crearea/ Prezentarea de filme video de 2-3 minute realizate în echipe. Elaborarea unor obiective/ grile de editare consecvente cu profilul publicului-țintă. Descrierea procesului creativ (4). Narațiuni interactive. Photo Voice: fotojurnalism: dosar public, reportaj, ancheta.	Modelarea, explicația, demonstrația, problematizarea, descoperirea, exercițiul/ aplicație de (auto)evaluare/ multimedia, exercițiul creativ, creație de scurte video	-	-	2
7	Crearea/ Prezentarea storyboardului/ a poveștii filmului creat. Criterii de evaluare: respectarea piramidei lui Freitag și sublinieri cu culori diferite conform cu metoda VASK	Modelarea, explicația, demonstrația, problematizarea, descoperirea, exercițiul/ aplicație de (auto)evaluare/ multimedia, exercițiul creativ, creație de scurte video	-	-	4
8	Crearea/ Prezentarea scenariului/screenplayul poveștii /filmului creat. Criterii de evaluare: format/ modelul oferit la seminar (minim 3 cadre/ minim 3 caractere/ elementele de comunicare nonverbală și paraverbală menționate sub caractere, corelat cu metoda VASK)	Modelarea, explicația, demonstrația, problematizarea, descoperirea, exercițiul/ aplicație de (auto)evaluare/ multimedia, exercițiul creativ, creație de scurte video	-	-	4
9	Crearea/ Prezentarea shotlistului/ a listei de filmare a filmului creat. Criterii de evaluare: format/ modelul oferit la seminar (minim 3 cadre/ 9 scene/ minim 3 caractere/ elementele de comunicare nonverbală și paraverbală menționate cu markere de culori diferite, corelat cu metoda VASK)	Modelarea, explicația, demonstrația, problematizarea, descoperirea, exercițiul/ aplicație de (auto)evaluare/ multimedia, exercițiul creativ, creație de scurte video	-	-	4
10	Prezentarea și evaluarea finală a filmului creat în urma feedbackurilor primite de la profesor/ colegi pe parcursul celor 2 prezentări ale variantelor anterioare. Evaluarea finală va fi în acord cu cele 3 materiale corelate: storyboard/ povestea, scenariul și shotlist	Modelarea, explicația, demonstrația, problematizarea, descoperirea, exercițiul/ aplicație de (auto)evaluare/ multimedia, exercițiul creativ, creație de scurte video	-	-	2
11	Cum ne (re)scriem poveștile despre oameni, fapte, locuri?	Modelarea, explicația, demonstrația, problematizarea, descoperirea, exercițiul/ aplicație de (auto)evaluare/ multimedia, exercițiul creativ, creație de scurte video	-	-	2

Bibliografie

[I] Bibliografie obligatorie:

1. Nossel, Murray, Powered by Storytelling. Cum să extragi, să construiești și să prezinți povești care îți vor transforma comunicarea în afaceri, București, Editura Publica, 2018
2. SZEKELY, Eva Monica, Storytelling în media digitale, Curs online, Blackboard, 2021

[III] Bibliografie facultativă/ opțională:

2. Burgess, J.E. (2006). Hearing ordinary voices: Cultural studies, vernacular creativity, and digital storytelling. Continuum: Journal of Media and Cultural Studies, 20, 201-214
3. Royer, R., & Richards, P. (2007). Increasing reading comprehension with digital storytelling. In C. Montgomerie & J. Seale (Eds.), Proceedings of World Conference on Educational Multimedia, Hypermedia, and Telecommunications 2007 (pp. 2301-2306). Chesapeake, VA: AACE; <http://www.editlib.org/p/25691>.

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

Editarea de texte (non)ficționale narative digitale/ pentru mediul online (reportaje, portrete etc.) a devenit, în ultimii ani, o abilitate tot mai căutată pe piața media. Cursul își propune să dezvolte abilitățile digitale ale studenților de a crea materiale publicitare narative adaptate mediului online/ stories/ povești/ clipuri/ video/ filme de 60-120 de secunde, în acord cu cerințele unor segmente de public specifice (blog, social media, youtube etc.)

10. Evaluare

Tip	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere
-----	----------------------	--------------------	---------

activitate			din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Cunoștințe teoretice și aplicative interdisciplinare, comune cu retorica/ modulul 3/ transferate în aplicații: analiza retorică și semiotică (intuitivă) a unei producții digitale de trei minute create în echipe de câte 5 studenți/ Analiza și interpretarea feedbackului oferit/ primit de la publicul țintă online pentru 3 produse de scriere digitală diferite care continuă/ prelucrează/ reordonează materialul dezbaterii din cadrul disciplinei Retorica (modulul 3) (jurnal de cititor/ scriitor, blog/ storytelling/ jurnalism longform/ reportaj/ anchetă/ film de minim 3 episoade) raportate la același context / problematică, la alegere privind „TOP 10 probleme ale lumii contemporane/ ale României/ orașului Târgu-Mureș” Intervenții de 2-3 minute în cadrul cursurilor, cu argumente corelate cu cursurile anterioare Bonusuri de 1-2 puncte pentru fiecare intervenție la curs, nu mai mult de 2 puncte/ curs, puncte care se vor adăuga la nota finală, nu mai mult de 14 puncte în total	Căutarea/ documentarea din surse digitale diverse pentru a da exemple adecvate conceptelor/ noțiunilor teoretice prezentate la curs Jurnal dublu Diagrama Venn și alte metode de organizare/ structurare a informațiilor Profesor pentru 5 minute eseul de 5 minute prelegerea cu oponent	0
- în timpul activității practice	Realizarea (individual și/ sau în echipă) a minim 3 texte online individual/ piese de portofoliu individual și/sau proiect de cercetare interdisciplinară/ studiu de caz în echipe de 3 studenți (aceiași care au colaborat pentru realizarea dezbaterii/ a portofoliului de la disciplina Retorica, modulul3, anul I) privind: 1. analiza și interpretarea intereselor de lectură/ scriere creatoare digitală a diverse publicuri online din arealul mureșean/ național/ european privind 2. problematica dezbaterii/ a temei alese la Retorică/ dezbateri de tip KarlPopper transferată în diverse forme/ variante pe blogul personal/ de echipă; 3. editarea de texte (non)ficționale personale și/ sau narrative pentru mediul online pe diverse platforme digitale preferate, Facebook, Twitter, Instagram (blog, vlog, reportaje, portrete etc.) pentru 4. promovarea prin minim 3 texte digitale diferite - articole/ reviste online/ social media/ alte media digitale (blogging, vlogging, storytelling, jurnalism longform etc.- a unor idei/ soluții privind rezolvarea problemei alese pentru dezbateri de la disciplina Retorica și/ sau o altă temă, la alegere care să aibă legătură cu contextul general al discuțiilor de la cursuri și seminare: Top 10 probleme ale județului/ țării/ Europei/ lumii contemporane	Portofoliu personal și/ sau de grup cu minim 3 piese de portofoliu diferite raportate la 3 tipare/ texte digitale diferite (individuale) de produse: 1. înregistrarea și crearea unei reviste online a studenților de la CME/ UMFST „G.E.Palade” și/ sau 2. înregistrarea și crearea unui blog personal și/ sau de echipă/ pe care să fie editate/ postate minim 3 texte digitale de tipare diferite (de student) Storytelling: crearea și prezentarea unui scurt video (3 minute) 3. Tehnici de planificare a textului. Căutarea/ documentarea/ adaptarea/ realizarea planului de text, rescrierea textelor după feedbackul primit de la publicurile țintă- online 4. un text de jurnalism digital longform (storytelling:reportaj, anchetă de minim 3 episoade)	50
Evaluare finală			
- examen teoretic final	noțiuni și concepte teoretice privind legislația și procesul creativ online corelate cu date despre publicul țintă online, editarea online, feedbackul online, tipare textuale digitale și (in)succesul în activitatea de digital writing	chestionar cu 3 tipuri de itemi: de completare/itemi grilă/ cu alegere multiplă și 2 itemi cu răspuns redacțional scurt	20
- examen practic final	Produsul și procesul creativ. Editarea de texte digitale. Editarea aceluiași produs creativ ficțional sau nonficțional pentru segmente diferite de public online. Compararea, analiza și interpretarea datelor, a feedbackului primit de la diverse categorii de publicuri țintă 10 criterii a câte 0,20p/ criteriu, cunoscute încă de la începutul semestrului, la primul curs/ seminar	Portofoliul de minim 5 produse creative de student. Pot fi reluate piese din portofoliul de evaluare de pe parcursul semestrului, cu condiția să fie marcate cu o altă culoare modificările, completările și intervențiile creative după feedbackul primit la evaluarea pe parcursul semestrului Se vor susține oral 2 piese din portofoliu:	30

		Piesă obligatorie: „Jurnal de scriitor online. Unicitatea fiecărei zile/ Scriitorul digitalizat ca artist” (o lună, la alegere, aprilie/ mai/ iunie Prezentarea unei piese individuale, creative, o piesă nouă, neprezentată pe parcursul semestrului	
Standard minim de performanță: • Participarea la realizarea unui proiect în echipă, cu îndeplinirea unor funcții profesionale date/ Obligatorietatea susținerii portofoliului de produse creative la seminare/ recuperarea susținerii contra cost, conform Regulamentului UMFS - Elaborarea unui proiect sau cel puțin a unei părți a unui asemenea proiect (Produsul și procesul creativ digitalizat. Editarea de texte multimodale/ digitale. Editarea unui produs creativ ficțional sau nonficțional pentru segmente diferite de public online (comics/ benzi desenate, video, storytelling, blog, vlog, podcast etc.), aplicând atât cunoștințe, teoretice, cât și metode de diagnoză și intervenție, norme și principii de etică profesională/ licențe/copyright/ plagiat • 75% frecvență la seminare/ • Minim 25 de puncte acumulate din totalul de 50 de puncte de pe parcursul activităților practice impuse pe parcursul semestrului (10.1, 10.2 și 10.3): I (I.1+I.2+I.3) = minim 25 de puncte • Minim 10 puncte acumulate din totalul de 20 de puncte de la examenul teoretic final (10.4.): II.1 + II.2= minim 10 puncte - Minim 15 de puncte acumulate din totalul de 30 de puncte de la examenul practic final (10.4.): II.1 + II.2= minim 25 de puncte • Punctele se vor transforma în notă, rotunjindu-se în sus, în favoarea studentului, după modelul: I (I.1+I.2+I.3) + II (II.1+ II.2) =37p (17p+12p+ 8p)+ 29p (15p+14p) =66 p, deci nota 7 (șapte) Extra-bonusurile obținute în total puncte la cursuri vor fi adăugate la nota finală ca puncte			

11. Orar consultații studenți

Conf dr Szekely Eva-Monica	lunea h 16-17
----------------------------	---------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Digital writing			
2.2 Titularul activităților de curs: Conf dr Szekeley Eva-Monica			
2.3 Titularul activităților practice: Conf. dr. SZEKELY Eva Monica			
2.4 Anul de studii: III	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Opt

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 8	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 4
3.4 Total ore din planul de învățământ: 56	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 28
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 30		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 20		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 10		
- tutorial: 5		
- examinări: 2		
- alte activități: 2		
3.8 Total ore de studiu individual: 69		
3.9 Total ore pe semestru: 125		
3.10 Număr de credite: 5		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
acces la internet/ laborator multimedia
5.2 a activităților practice:
acces la internet/ laborator multimedia/ computere echipate cu softuri de creare/ editare de texte multimodale

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
C2. Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC)
C2.3 Utilizarea tehnologiilor adecvate în realizarea și comunicarea profesionalizată a diverselor produse de informare, cu respectarea dreptului publicului de a fi informat corect
C2.5 Realizarea de portofolii cu privire la dimensiunea mediatică a unui act de informare și/ sau comunicare profesionalizată
C 4. Realizarea și promovarea unui produs de relații publice
C 4.3 Utilizarea unor cadre metodologice adecvate realizării unui produs de RP
C 4.5. Elaborarea documentației pentru prezentarea unui produs RP

6.2 transversale:
CT2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice
CT3 Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii
6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:
Recunoașterea și aplicarea mecanismelor care stau la baza editării digitale a principalelor tipare textuale, respectiv dobândirea abilității de a scrie texte (non)ficționale creative, adaptate la piața și media online contemporană
7.2 Obiective specifice:
• Recunoașterea efectelor tehnologiei în domeniul media emergente și al scrierii online/ digitalizate/ texte multimodale • transferarea conceptelor și a mecanismelor de funcționare specifice retoricii și semioticii tradiționale respectând regulile generale ale comunicării și interacțiunii sociale digitalizate • Compararea modului de funcționare a textelor/ tiparelor de scriere tradiționale în raport cu tiparele scrierii media contemporană online/ digitală • Utilizarea intuitivă a noțiunilor teoretice de retorică/ semiotică/ teoria argumentării în studiul și analiza unor cazuri practice de scriere digitală (site-uri, podcasturi, bloguri, video și alte texte multimodale) • Dobândirea abilității de redactare a textelor digitale în acord cu cerințele pieței digitalizate actuale • Identificarea și descrierea mediului comunicațional în care conținuturile de texte (multimedia) sunt produse și distribuite la nivel local, național și global • Adaptarea instrumentelor tehnice, tactice și strategice la contexte diferite de creație, de la cele tradiționale la media digitale • Aplicarea conceptelor de bază pentru producția unei secțiuni /pagini tematice pentru o publicație digitală sau a unei emisiuni online conform normelor profesionale • Elaborarea unui obiectiv de editare digitală/ a unui blog de exemplu, consecvent cu profilul publicului-țintă prin analiza și producerea scrierii digitale

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Tipuri și tipare textuale tradiționale vs. online/ digitale. Texte continue, discontinue și multimodale	Prelegere, prelegere cu oponent, explicația, demonstrația, problematizarea, exercițiul aplicație de (auto)evaluare/ prezentări multimedia	Italo Calvino și Binomul existențial/ creativ: „Dacă într-o noapte de iarnă un călător....” atunci.... stimulare a creativității participanților care se bazează pe ...	-	2
2	Tiparul narativ și tiparul descriptiv. Tiparul argumentativ. Exemple. Tiparul digitalizat	Prelegere, prelegere cu oponent, explicația, demonstrația, problematizarea, exercițiul aplicație de (auto)evaluare/ prezentări multimedia	Suntem întotdeauna cel puțin doi, un binom existențial, principiu etern al mișcării și al vieții. ... Romanul lui Italo Calvino „Dacă într-o noapte de iarnă un călător” ...	-	2
3	Tipare de scriere tradiționale vs tipare de scriere digitale. Exemple din diverse tipuri de media tradiționale și / sau digitale	Prelegere, prelegere cu oponent, explicația, demonstrația, problematizarea, exercițiul aplicație de (auto)evaluare/ prezentări multimedia	Triada autor- subiect/ operă –cititor Reacția cititorului/ Șase plimbări prin pădurea narativă, de Umberto Eco	-	2
4	Textul multimodal digitalizat. Sisteme semiotice și limbaje/ efecte VASK (vizuale, auditive, senzoriale, kinestezice). Exemple de licențe de scriere/ utilizare liberă/ free fees a creațiilor digitale	Prelegere, prelegere cu oponent, explicația, demonstrația, problematizarea, exercițiul aplicație de (auto)evaluare/ prezentări multimedia	Literația multimodală media (I)/ Licențe gratuite/ Creative Commons/ legislația în domeniul digital/ scrierii digitale	-	2
5	Teoria genurilor. Genuri și convenții. Convenții de gen. Principalele genuri ficționale și nonficționale. Exemple în era digitală	Prelegere, prelegere cu oponent, explicația, demonstrația, problematizarea, exercițiul aplicație de (auto)evaluare/ prezentări multimedia	utilizarea platformelor digitale https://www.canva.com/ro_ro/ https://www.celtx.com/index.html	-	2

6	Tipuri textuale emergente. Textul ca produs în mediul online. Digitalizarea scrierii creative. Exemple de bloguri	Prelegere, prelegere cu oponent, explicația, demonstrația, problematizarea, exercițiul aplicație de (auto)evaluare/ prezentări multimedia	-	-	2
7	Scrierea digitală și procesul creativ. Copyright. Structuri textuale. Tipuri de structură în textele descriptive, narative și argumentative	Prelegere, prelegere cu oponent, explicația, demonstrația, problematizarea, exercițiul aplicație de (auto)evaluare/ prezentări multimedia	https://www.canva.com/ro_ro/ https://www.celtx.com/index.html Licențe/ copyright / povești de succes din media autohtonă și/ sau europeană transatlantică (I).	-	2
8	Procesul creativ. Creare de audiență online/ platforme digitale. Descoperirea vocii interioare. Licențe și programe de scriere digitală	Prelegere, prelegere cu oponent, explicația, demonstrația, problematizarea, exercițiul aplicație de (auto)evaluare/ prezentări multimedia	-	-	2
9	Scrierea digitală pe platforme social media: Facebook, Twitter, Instagram	Prelegere, prelegere cu oponent, explicația, demonstrația, problematizarea, exercițiul aplicație de (auto)evaluare/ prezentări multimedia	https://www.canva.com/ro_ro/ https://www.celtx.com/index.html Licențe/ copyright / povești de succes din media autohtonă și/ sau europeană transatlantică (II).	-	2
10	Jurnalismul narativ. Evoluția jurnalismului narativ. Realitate și ficțiune. Genurile jurnalismului narativ pe piața digitalizată	Prelegere, prelegere cu oponent, explicația, demonstrația, problematizarea, exercițiul aplicație de (auto)evaluare/ prezentări multimedia	-	-	2
11	Forme narative: povestea, structura narativă, personajele, cadrul/ spațiul și timpul. Povestirea (în ramă)/ storytelling	Prelegere, prelegere cu oponent, explicația, demonstrația, problematizarea, exercițiul aplicație de (auto)evaluare/ prezentări multimedia	Blogging/ bloguri/ top 10 bloguri românești/ europene/ transatlantice	-	2
12	Structuri narative în texte ficționale și nonficționale. Documentarea pentru filmul și/sau seriile/ scenariile online/ digitale	Prelegere, prelegere cu oponent, explicația, demonstrația, problematizarea, exercițiul aplicație de (auto)evaluare/ prezentări multimedia	-	-	2
13	Texte cu caracter personal: jurnalul, memoriile. Blogul. Jurnal de autor online. Legislația în domeniul scrierii / publicării online	Prelegere, prelegere cu oponent, explicația, demonstrația, problematizarea, exercițiul aplicație de (auto)evaluare/ prezentări multimedia	https://www.canva.com/ro_ro/ https://www.celtx.com/index.html Licențe/ copyright / Blogging. Tipuri de bloguri. Subiecte	-	2
14	Jurnalismul longform multimedia, narațiuni interactive. Exemple. Adaptare creativă /digitalizată	Prelegere, prelegere cu oponent, explicația, demonstrația, problematizarea, exercițiul aplicație de (auto)evaluare/ prezentări multimedia	-	-	2

Bibliografie

[I] Bibliografie obligatorie:

1. Johnson, Louise, Blogging and creative writing for online audience, Cambridge University Continuing Studies, online course, 6 January 2020- 4 March 2020/ Curs de formare profesională
2. Sălcudean, Ileana Nicoleta, Stănescu, Emma Teodora, Manual de scriere creativă, Cluj-Napoca, Editura Presa Universitară Clujeană, 2015
3. Coman, Mihai, Mass-media, religie, spațiu public, Editura: POLIROM, 2020, ISBN: 973-46-8314-7

[II] Bibliografie facultativă/ opțională (2 titluri):

4. Gherguț, Alois, Cuvântul și condiția umană. Reflecții, proiecții și regăsiri, Polirom, 2019, ISBN:

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Legislația în domeniul scrierii / publicării online. Tipuri și tipare textuale. Creativitatea și gândirea creativă. Intenționalitatea comunicării. Scrierea creativă digitalizată. Bloggingul	Explicația, demonstrația, problematizarea, descoperirea, studiul de caz, exercițiul creativ aplicație de (auto)evaluare/ portofoliu/ editare texte digitale	-	-	2
2	Editarea de text(e) și public(uri) țintă/ segmente de public pentru blogging. Crearea de public și editarea de text(e). Efectul consumerismului asupra artei. Exemple	Explicația, demonstrația, problematizarea, descoperirea, studiul de caz, exercițiul creativ aplicație de (auto)evaluare/ portofoliu	-	-	2
3	Scrierea digitală pe platformele de social media: Facebook, Twitter, Instagram. asemănări vs. deosebiri (I). Analiză de texte digitale. Interpretarea datelor în tabele/ grafice/ alte forme vizuale de simplificare și înțelegere a realității textelor digitale etc.(I)	Explicația, demonstrația, problematizarea, descoperirea, studiul de caz, exercițiul creativ aplicație de (auto)evaluare/ portofoliu	-	-	2
4	Descoperirea vocii interioare. Dialogul interior. Procesul creativ. Copyright. Structuri textuale. Tipuri de structură în textele descriptive, narative și argumentative. Analiză de texte digitale. Interpretarea în tabele/ grafice/ alte forme vizuale de simplificare și înțelegere a realității textelor digitale etc. (II)	Explicația, demonstrația, problematizarea, descoperirea, studiul de caz, exercițiul creativ aplicație de (auto)evaluare/ portofoliu	-	-	2
5	Modalități de organizare/ structurare a ideilor: hărți mentale, metode grafice, acțiuni. Vocea, imaginea, textul. Transtextualitatea/ intertextualitatea. Structuri narative în ficțiunea digitalizată: comparație între bloguri vs. platformele social media. Analiza și interpretarea datelor în tabele/ grafice/ alte forme vizuale de simplificare și înțelegere a realității textelor digitale etc. (III)	Explicația, demonstrația, problematizarea, descoperirea, studiul de caz, exercițiul creativ aplicație de (auto)evaluare/ portofoliu	-	-	2
6	(In)Succesul în scrierea digitală. Feedbackul și valoarea lui (like-urile). Forme narative digitale: povestea, structura narativă, personajele, cadrul/ spațiul și timpul. Povestirea (în ramă). Scrierea unei prime variante digitale de storytelling(I)	Explicația, demonstrația, problematizarea, descoperirea, studiul de caz, exercițiul creativ aplicație de (auto)evaluare/ portofoliu	-	-	2
7	(In)Succesul în scrierea digitală. Feedbackul și valoarea lui (like-urile). Forme narative digitale: povestea, structura narativă, personajele, cadrul/ spațiul și timpul. Povestirea (în ramă)/ scrierea unei a doua variante de storytelling, după feedbackul primit (II)	Explicația, demonstrația, problematizarea, descoperirea, studiul de caz, exercițiul creativ aplicație de (auto)evaluare/ portofoliu	-	-	2
8	Structuri narative în texte ficționale și nonficționale. Texte cu caracter personal: jurnalul, memoriile, blogul. Transferul acestora și al storytellingului în producerea și livrarea textului multimodal/ multisemiotic complex: filmul și serialele/ scenariile.	Explicația, demonstrația, problematizarea, descoperirea, studiul de caz, exercițiul creativ aplicație de (auto)evaluare/ portofoliu	-	-	2
9	Texte cu caracter personal: jurnalul, memoriile. Producerea și livrarea textului multimodal/ personalizarea scrierii digitale. Compararea variantelor anterioare feedbackului publicului țintă cu variantele scrise/ publicate după primirea feedbackului publicului țintă	Explicația, demonstrația, problematizarea, descoperirea, studiul de caz, exercițiul creativ aplicație de (auto)evaluare/ portofoliu	-	-	2
10	Bloggingul și scrierea online. Crearea și gestionarea unui blog de autor/ de grup	Explicația, demonstrația, problematizarea, descoperirea, studiul de caz, exercițiul creativ aplicație de	-	-	2

		(auto)evaluare/ portofoliu			
11	Povestirea (în ramă)/ storytelling. Crearea unei povești din 9 imagini/ 3 imagini. Transpunerea ei în semne cuvinte/ simboluri/ concepte (I). Forme narative digitale: povestea, structura narativă, personajele, cadrul/ spațiul și timpul.	Explicația, demonstrația, problematizarea, descoperirea, studiul de caz, exercițiul creativ aplicație de (auto)evaluare/ portofoliu	-	-	2
12	Povestirea (în ramă)/ storytelling. Crearea unei povești din 9 imagini/ 3 imagini. Transpunerea ei în semne cuvinte/ simboluri/ concepte (II). Încărcarea unui story pe blogul personal și/ sau de grup. Analiza și interpretarea feedbackului primit	Explicația, demonstrația, problematizarea, descoperirea, studiul de caz, exercițiul creativ aplicație de (auto)evaluare/ portofoliu	-	-	2
13	Crearea unui film digital de 3-5 episoade/ muncă în echipe de 3-5 studenți. Structuri narative în texte ficționale și nonficționale. Filmul și seriarele/ scenariile	Explicația, demonstrația, problematizarea, descoperirea, studiul de caz, exercițiul creativ aplicație de (auto)evaluare/ portofoliu	-	-	2
14	Portofoliul de digital Writing. Prezentarea/ lectura/interpretarea/ analiza de feedback primit de la publicul online pentru 3 piese diferite de portofoliu	Explicația, demonstrația, problematizarea, descoperirea, studiul de caz, exercițiul creativ aplicație de (auto)evaluare/ portofoliu	-	-	2

Bibliografie

I] Bibliografie obligatorie:

1. Boynton, Robert, The New Journalism: Conversations with America's Best Nonfiction Writers on their Craft, Vantage Books, New York, 2015
2. Susskind, Jamie, Politica viitorului. Tehnologia digitală și societatea, Editura Corint/ Future, București, 2019
3. Coman, Mihai, Mass-media, religie, spatiu public, Editura: POLIROM, 2020, ISBN: 973-46-8314-7

[II] Bibliografie facultativă/ opțională (2 titluri):

4. Gherguț, Alois, Cuvântul și condiția umană. Reflecții, proiecții și regăsiri, Polirom, 2019, ISBN: 978-973-46-7939-3
5. Hermeziu, Cristina (coord), Viața pe Facebook. Dau like, deci exist, Polirom, 2020, ISBN: 978-973-46-8070-2
6. Hart, Jack, Storycraft: The Complete Guide to Write Narrative Nonfiction, University of Chicago Press, Chicago, 2011

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

Editarea de texte nonficționale narative pentru mediul online (reportaje, portrete, anchete etc.) a devenit, în ultimii ani, o abilitate tot mai căutată pe piața media. Cursul își propune să dezvolte abilitățile studenților de a crea materiale (jurnaliste) narative tradiționale și/ sau adaptate mediului online, în acord cu cerințele unor segmente de public specifice (poezie, proză, blog/ conținut personal, presă, radio, TV etc.) Dobândirea gândirii critice, reflexive și autonome, așa încât să poată edita/ reedita în mai multe tipare/ forme/ perspective/ nuanțe și tonalități discursive același conținut de text/ fenomen public/ social/ media

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Cunoștințe teoretice și aplicative interdisciplinare, comune cu retorica/ modulul 3/ transferate în aplicații: analiza retorică și semiotică (intuitivă) a unei producții digitale de trei minute create în echipe de câte 5 studenți/ Analiza și interpretarea feedbackului oferit/ primit de la publicul țintă online pentru 3 produse de scriere digitală diferite care continuă/ prelucrează/ reordonează materialul dezbaterii din cadrul disciplinei Retorica (modulul 3) (jurnal de cititor/ scriitor, blog/ storytelling/ journalism longform/ reportaj/ anchetă/ film de minim 3 episoade) raportate la același context / problematică, la alegere privind „TOP 10 probleme ale lumii contemporane/ ale României/ orașului Târgu-Mureș”	Căutarea/ documentarea din surse digitale diverse pentru a da exemple adecvate conceptelor/ noțiunilor teoretice prezentate la curs Jurnal dublu Diagrama Venn și alte metode de organizare/ structurare a informațiilor Profesor pentru 5 minute eseul de 5 minute prelegerea cu oponent	0

	Intervenții de 2-3 minute în cadrul cursurilor, cu argumente corelate cu cursurile anterioare		
	Bonusuri de 1-2 puncte pentru fiecare intervenție la curs, nu mai mult de 2 puncte/ curs, puncte care se vor adăuga la nota finală, nu mai mult de 14 puncte în total		
- în timpul activității practice	Realizarea (individual și/ sau în echipă) a minim 3 texte online individual/ piese de portofoliu individual și/sau proiect de cercetare interdisciplinară/ studiu de caz în echipe de 3 studenți (aceiași care au colaborat pentru realizarea dezbaterii/ a portofoliului de la disciplina Retorica, modulul3, anul I) privind: 1. analiza și interpretarea intereselor de lectură/ scriere creatoare digitală a diverse publicuri online din arealul mureșean/ național/ european privind 2. problematica dezbaterii/ a temei alese la Retorică/ dezbaterii de tip KarlPopper transferată în diverse forme/ variante pe blogul personal/ de echipă; 3. editarea de texte (non)ficționale personale și/ sau narative pentru medii online pe diverse platforme digitale preferate, Facebook, Twitter, Instagram (blog, vlog, reportaje, portrete etc.) pentru 4. promovarea prin minim 3 texte digitale diferite - articole/ reviste online/ social media/ alte media digitale (blogging, vlogging, storytelling, jurnalism longform etc.- a unor idei/ soluții privind rezolvarea problemei alese pentru dezbaterii de la disciplina Retorica și/ sau o altă temă, la alegere care să aibă legătură cu contextul general al discuțiilor de la cursuri și seminare: Top 10 probleme ale județului/ țării/ Europei/ lumii contemporane	Portofoliu personal și/ sau de grup cu minim 3 piese de portofoliu diferite raportate la 3 tipare/ texte digitale diferite (individuale) de produse: 1. înregistrarea și crearea unei reviste online a studenților de la CME/ UMFST „G.E.Palade” și/ sau 2. înregistrarea și crearea unui blog personal și/ sau de echipă/ pe care să fie editate/ postate minim 3 texte digitale de tipare diferite (de student) Storytelling: crearea și prezentarea unui scurt video (3 minute) 3. Tehnici de planificare a textului. Căutarea/ documentarea/ adaptarea/ realizarea planului de text, rescrierea textelor după feedbackul primit de la publicurile țintă- online 4. un text de jurnalism digital longform (storytelling:reportaj, anchetă de minim 3 episoade)	50
Evaluare finală			
- examen teoretic final	noțiuni și concepte teoretice privind legislația și procesul creativ online corelate cu date despre publicul țintă online, editarea online, feedbackul online, tipare textuale digitale și (in)succesul în activitatea de digital writing	chestionar cu 3 tipuri de itemi: de completare/itemi grilă/ cu alegere multiplă și 2 itemi cu răspuns redacțional scurt	20
- examen practic final	Produsul și procesul creativ. Editarea de texte digitale. Editarea aceluiași produs creativ ficțional sau nonficțional pentru segmente diferite de public online. Compararea, analiza și interpretarea datelor, a feedbackului primit de la diverse categorii de publicuri țintă 10 criterii a câte 0,20p/ criteriu, cunoscute încă de la începutul semestrului, la primul curs/ seminar	Portofoliul de minim 5 produse creative de student. Pot fi reluate piese din portofoliul de evaluare de pe parcursul semestrului, cu condiția să fie marcate cu o altă culoare modificările, completările și intervențiile creative după feedbackul primit la evaluarea pe parcursul semestrului Se vor susține oral 2 piese din portofoliu: Piesă obligatorie: „Jurnal de scriitor online. Unicitatea fiecărei zile/ Scriitorul digitalizat ca artist” (o lună, la alegere, aprilie/ mai/ iunie Prezentarea unei piese individuale, creative, o piesă nouă, neprezentată pe parcursul semestrului	30
Standard minim de performanță: • Participarea la realizarea unui proiect în echipă, cu îndeplinirea unor funcții profesionale date/ Obligatorietatea susținerii portofoliului de produse creative la seminare/ recuperarea susținerii contra cost, conform Regulamentului UMFS - Elaborarea unui proiect sau cel puțin a unei părți a unui asemenea proiect (Produsul și procesul creativ digitalizat. Editarea de texte multimodale/ digitale. Editarea unui produs creativ ficțional sau nonficțional pentru segmente diferite de public online (comics/ benzi desenate, video, storytelling, blog, vlog, podcast etc.), aplicând atât cunoștințe, teoretice, cât și metode de diagnoză și intervenție, norme și principii de etică profesională/ licențe/copyright/ plagiat • 75% frecvență la seminare/			

- Minim 25 de puncte acumulate din totalul de 50 de puncte de pe parcursul activităților practice impuse pe parcursul semestrului (10.1, 10.2 și 10.3): I (I.1+I.2+I.3) = minim 25 de puncte
- Minim 10 puncte acumulate din totalul de 20 de puncte de la examenul teoretic final (10.4.): II.1 + II.2=minim 10 puncte
- Minim 15 de puncte acumulate din totalul de 30 de puncte de la examenul practic final (10.4.): II.1 + II.2=minim 25 de puncte
- Punctele se vor transforma în notă, rotunjindu-se în sus, în favoarea studentului, după modelul: I (I.1+I.2+I.3) + II (II.1+ II.2) =37p (17p+12p+ 8p)+ 29p (15p+14p) =66 p, deci nota 7 (șapte)

Extra-bonusurile obținute în total puncte la cursuri vor fi adăugate la nota finală ca puncte

11. Orar consultații studenți

Conf dr Szekely Eva-Monica	câte 30 de minute după fiecare curs
----------------------------	-------------------------------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Filosofia comunicării			
2.2 Titularul activităților de curs: Lect dr Nistor Eugeniu			
2.3 Titularul activităților practice: Lector dr- Eugeniu Nistor			
2.4 Anul de studii: III	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Opt

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 4	3.2 din care curs: 2	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 28	3.5 din care curs: 14	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 14		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 14		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 14		
- tutorial: 0		
- examinări: 3		
- alte activități: 2		
3.8 Total ore de studiu individual: 47		
3.9 Total ore pe semestru: 75		
3.10 Număr de credite: 3		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum: Principalele calități intelectuale dobândite de tineri prin studiul filosofiei comunicării sunt: claritatea și exactitatea în gândire și comunicare, disciplină și perseverență în activitatea intelectuală, poziționare rapidă, fermitate rațională și capacitate sporită de selectare, alegere și evaluare, raționalitate și eficiență, în luarea deciziilor în relațiile sociale, și aceasta sub triplu aspect: examinare, adaptare și aplicare la spiritul civilizației contemporane. Exercițiile aplicative și activitățile de seminar vor contribui la mai buna fixare a cunoștințelor teoretice, la întărirea corectitudinii operațiilor și proceselor gândirii critice, raționale.
4.2 de competențe: Noțiunile de bază ale domeniului, însușite la cursurile disciplinelor înrudite, ar putea fi de un real folos în elaborarea practică a acestui tip de produs.

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: Necesită dotarea cu videoproiector
5.2 a activităților practice: Nu se acceptă cereri de amânare în predarea lucrărilor de seminar. Pentru predarea cu întârziere a referatelor, acestea vor fi depunctate cu 0,5 puncte / zi de întârziere.

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: C.2. Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul Științelor comunicării. C 1.1 Definirea principalelor concepte specifice domeniului, utilizarea lor și a terminologiei de specialitate în

situații multiple
C 1.2 Explicarea conceptuală a situațiilor de comunicare și a problemelor de specialitate în domeniu.
6.2 transversale:
CT1.Rezolvarea în mod realist – cu argumentare atât teoretică, cât și practică – a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora.
Elaborarea unui proiect sau cel puțin a unei părți a unui asemenea proiect, aplicând atât cunoștințe, teorii și metode de diagnoză, cât și norme și principii de etică profesională.
CT2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice.
Participarea la realizarea unui proiect în echipă, cu îndeplinirea unor funcții profesionale date.
6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:
Familiarizarea cu termenii specifici ai limbajului structurat în comunicarea actuală
7.2 Obiective specifice:
Cunoașterea și înțelegerea influenței procesului comunicării în progresul istoric al cunoașterii omenești.

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Introducere în filosofia comunicării – Congruența filosofie-comunicare	Prelegere	Se alege o carte din bibliografie	-	2
2	Gândul și cuvântul sub cerul plin de divinități orientale	Prelegere	Se alege o carte din bibliografie	-	2
3	Conceptualizare și comunicare la grecii antici – de la presocratici la „oralistul” Socrate.	Prelegere	Se alege o carte din bibliografie	-	2
4	Doi mari „comunicatori” ai omenirii: Platon și Aristotel	Prelegere	Se alege o carte din bibliografie	-	2
5	Filosofie și comunicare – de la elenism până pe pragul raționalismului modern	Prelegere	Se alege o carte din bibliografie	-	2
6	Sisteme și stiluri de gândire și comunicare în epoca modernă: modelul sistemic al lui Immanuel Kant	Prelegere	Se alege o carte din bibliografie	-	2
7	Gândire și comunicare în filosofia contemporană: Karl Jaspers, Ludwig Wittgenstein, Marchal Mc Luhan, Lucian Blaga	Prelegere	Se alege o carte din bibliografie	-	2

Bibliografie

Bibliografie

1. Platon – Dialoguri. / Apărarea lui Socrate; Charmides; Menon; Gorgias; Banchetul; Fedon; Scrisoarea a VII-a / După traduceri de Cezar Papacostea, revizuite și întregite cu două traduceri noi și cu „Viața lui Platon” de Constantin Noica, Ed. pentru lit. univ., București, 1968.

2. Aristotel – Retorica. Ediție bilingvă. Traducere, studiu introductiv și index de Maria-Cristina Andrieș, note și comentarii de Ștefan-sebastian Maftei, Ed. Iri, București, 2004.

3. Diogenes Laertios – Despre viețile și doctrinele filosofilor. Traducere din limba greacă de C. I. Balmuș, Studiu introductiv și comentarii de Aram M. Frenkian, Ed. Academiei, București, 1963.

4. Georg Klaus – Logica modernă. Schiță a logicii formale. Traducere și note de Mircea Țigoiu, prefață de prof. dr. Radu Stoichiță, Editura Științifică și Enciclopedică, București, 1977.

5. Alexandru Surdu – Cercetări logico-filosofice, colecția Cogito, Editura Tehnică, București, 2008.

6. Eugeniu Nistor – Elemente de retorică și argumentare, Editura Universității „Petru Maior”, Târgu-Mureș, 2011.

7. Eugeniu Nistor – Filosofie și comunicare, Editura Academiei Române, București, 2012.

8. Eugeniu Nistor - „Modele de conviețuire umană într-un spațiu multicultural / Models of human coexistence in a multicultural space”, p. 221-240 (20 pagini), în vol. Privind înapoi fără mânie / Looking back, Culegere de studii, Coordonatori: Marius Pașcan, Eugeniu Nistor, Editura Ardealul, Târgu Mureș, 2015

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Diviziunea discursului în școlile de oratorie și filofie ale Greciei antice (Școala lui Isocrate, Academia platonice, Liceum)	Lecturi, dezbateri, exemplificări	Se aleg cărțile corespunzătoare	-	2
2	Originalitatea și noutatea gândirii din tratatul de retorică al lui Aristotel	Lecturi, dezbateri și exerciții pe marginea tratatului de	Se aleg cărțile corespunzătoare	-	2

		comunicare al lui Aristotel – „Retorica”			
3	Școala romană de gândire și comunicare, în momentele ei de glorie: Cicero, Caesar, Quintilian.	Dezbateri; conversații euristice	Se aleg cărțile corespunzătoare	-	2
4	Predici și cuvântări filosofice sub boltile evului mediu creștin: învățătura scolastică (trivium și quadrivium)	Dezbateri; conversații euristice	Se aleg cărțile corespunzătoare	-	2
5	Predicile apostolilor creștini și „momentul” aureolat al discursurilor lui Aureliu Augustin	Dezbateri; conversații euristice	Se aleg cărțile corespunzătoare	-	2
6	Stingerea interesului pentru retorică și câștigul omenirii prin evoluția limbajului științific în epoca modernă – de la „retorologie” la epistemologie	Activități aplicative (referate)	Se aleg cărțile corespunzătoare	-	2
7	Revirimentul retoricii contemporane. O nouă filosofie a comunicării rezultată din cercetările Școlii din Bruxelles și Grupul μ.	Lecturi, exemple adecvate	Se aleg cărțile corespunzătoare	-	2

Bibliografie

Bibliografie

1. Aristotel – Retorica. Ediție bilingvă. Traducere, studio introductive și index de Maria-Cristina Andrieș, note și comentarii de Ștefan-sebastian Maftai, Ed. Iri, București, 2004.
2. Platon – Dialoguri. / Apărarea lui Socrate; Charmides; Menon; Gorgias; Banchetul; Fedon; Scrisoarea a VII-a / După traducerea lui Cezar Papacostea, revizuite și întregite cu două traduceri noi și cu „Viața lui Platon” de Constantin Noica, Ed. pentru lit. univ., București, 1968.
3. Diogenes Laertios – Despre viețile și doctrinele filosofilor. Traducere din limba greacă de C. I. Balmuș, Studiu introductiv și comentarii de Aram M. Frenkian, Ed. Academiei, București, 1963.
4. Fragmente presocraticilor – Vol. I, Traducere integrală după ediția Diels-Kranz cu introduceri și note de Simina Noica și Constantin Noica, Ed. Junimea, Iași, 1974.
5. Anton Dumitriu – Istoria logicii, vol. I-IV, ediția a III-a, revăzută și adăugită, Editura Tehnică, București, 1993-1998.
6. G. W. Fr. Hegel – Fenomenologia spiritului. Traducere de Virgil Bogdan, Ed. Academiei RSR, București, 1965.
7. Friederich Nietzsche – Așa grăit-a Zarathustra (O carte pentru toți și pentru nimeni), în românește de Victoria Ana Tăușan, Editura Edinter, București, 1991.
8. Eugeniu Nistor – „Modele de conviețuire umană într-un spațiu multicultural / Models of human coexistence in a multicultural space”, p. 221-240 (20 pagini), în vol. Privind înapoi fără mânie / Looking back, Culegere de studii, Coordonatori: Marius Pașcan, Eugeniu Nistor, Editura Ardealul, Târgu Mureș, 2015

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

Disciplina răspunde nevoii instituțiilor, organizațiilor și actorilor sociali de înțelegere și acțiune specifice mediului în care viețuiesc.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Cunoștințe teoretice și aplicative	Bonusuri pentru intervenții	20
- în timpul activității practice	Implicare în dezbateri	Teste, referate, lucrări la minut	20
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Verificarea cunoștințelor teoretice	Colocviu - scris	30
- examen practic final	Verificarea cunoștințelor teoretice și aplicative	Referate, eseuri, teste conceptuale	30
Standard minim de performanță: Înșușirea cunoștințelor de bază ale disciplinei			

11. Orar consultații studenți

Lect dr Nistor Eugeniu	Miercuri 12-14
------------------------	----------------

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Istoria filosofiei			
2.2 Titularul activităților de curs: Lect dr Nistor Eugeniu			
2.3 Titularul activităților practice: Lector dr. Eugeniu Nistor			
2.4 Anul de studii: III	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Opt

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 4	3.2 din care curs: 2	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 28	3.5 din care curs: 14	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 14		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 14		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 14		
- tutorial: 0		
- examinări: 3		
- alte activități: 2		
3.8 Total ore de studiu individual: 47		
3.9 Total ore pe semestru: 75		
3.10 Număr de credite: 3		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum: Devine importantă rememorarea unor secțiuni din istoria universală, mai ales cele privitoare la viața spirituală a societăților umane avansate din punct de vedere științific și cultural
4.2 de competențe: Studentii ar trebui să fie pregătiți pentru o bună structurare a ideilor și proceselor logice, din care decurge întregul evantai de concepte și idei!

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: Este necesară dotarea cu videoproiector
5.2 a activităților practice: Nu se acceptă cereri de amânare în predarea lucrărilor de seminar. Pentru predarea cu întârziere a referatelor, acestea vor fi depunctate cu 0,5 puncte / zi de întârziere.

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: C.1. Cunoașterea conceptelor și noțiunilor fundamentale din istoria filosofiei, dar și stimularea capacității de a selecta, combina și utiliza adecvat cunoștințele dobândite, "transferarea" acestora în abilități de comunicare și în alte achiziții spirituale (valori și atitudini). C.2. Analiza legăturilor de cauzalitate dintre condițiile oferite de un cadru civilizator și evoluția ideilor filosofice, la scara istoriei omenirii.
--

6.2 transversale:

CT1 Rezolvarea în mod realist – cu argumentare atât teoretică, cât și practică – a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora.

Standarde minime de performanță pentru evaluarea competenței: Elaborarea unui proiect sau cel puțin a unei părți a unui asemenea proiect, aplicând atât cunoștințe, teorii și metode de diagnoză și intervenție, cât și norme și principii de etică profesională.

CT2 Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice.

Standarde minime de performanță pentru evaluarea competenței: Participarea la realizarea unui proiect în echipă, cu îndeplinirea unor funcții profesionale date.

6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:

Familiarizarea cu termenii specifici ai limbajului filosofic consacrat.

7.2 Obiective specifice:

Cunoașterea și înțelegerea influenței ideilor în progresul istoric al omenirii.

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Preocupările istoriografiei și istoriologiei filosofice. Logicismul naiv: încrederea în cunoștințele perceptive pe care le manifestă realismul naiv	Prelegere	Se aleg din bibliografie cărțile corespunzătoare temei	-	2
2	Scepticismul: simțurile ne înșeală, fapt constat încă din antichitatea elină	Prelegere	Se aleg din bibliografie cărțile corespunzătoare temei	-	2
3	Raționalismul: rațiunea își găsește 'rețeta' în îndoiala metodică a lui Rene Descartes.	Prelegere	Se aleg din bibliografie cărțile corespunzătoare temei	-	2
4	Empirismul: o reîntoarcere la simțuri, ca la singurul izvor al cunoașterii necesare și universale	Prelegere	Se aleg din bibliografie cărțile corespunzătoare temei	-	2
5	Criticismul: Immanuel Kant a demonstrat că aprioritatea se poate împăca foarte bine cu experiența	Prelegere	Se aleg din bibliografie cărțile corespunzătoare temei	-	2
6	Pozitivismul sau semnificația opoziției dintre certitudine și indecizie	Prelegere	Se aleg din bibliografie cărțile corespunzătoare temei	-	2
7	Pragmatismul: înțeles ca reacție împotriva teoriilor raționaliste	Prelegere	Se aleg din bibliografie cărțile corespunzătoare temei	-	2

Bibliografie

- Victor Kernbach – Miturile esențiale. Antologie de texte cu o introducere în mitologie, comentarii critice și note de referință, Ed. Științifică și Enciclopedică, București, 1978.

- Diogenes Laertios – Despre viețile și doctrinele filosofilor. Traducere din limba greacă de C. I. Balmuş, Studiu introductiv și comentarii de Aram M. Frenkian, Ed. Academiei, București, 1963.

- Georg Wilhelm Fr. Hegel – Prelegeri de filosofie a istoriei. Ed. Humanitas, București, 1997.

- Ernest Stere – Istoria filosofiei antice și medievale, Ed. Didactică și Pedagogică, București, 1976.

- Mircea Eliade – Istoria credințelor și ideilor religioase, 3 vol., Ed. Științifică, București, 1981, 1982, 1983.

- xi x x – Biblia (orice ediție).

- Gh. Vlăduțescu – Filosofia în Grecia veche, Ed. Albatros, București, 1984.

- Gh. Vlăduțescu – Filosofia în Roma antică, Ed. Albatros, București, 1991.

- Anatologie filosofică. Filosofia antică. Vol. I-II. Ediție revăzută și adăugită de Octavian Nistor. Selecția textelor și prezentări de Nicolae Bagdasar, Virgil Bogdan și Octavian Nistor /.../, Prefață de G. Vlăduțescu. Ed. Minerva, București, 1975.

- Lucian Blaga – Trilogia cunoașterii, Ed. Humanitas, București, 1993.

- Eugeniu Nistor – Curs de istoria filosofiei, Editura Ardealul, Targu-Mures, 2016.

- Lucian Blaga – Trilogia culturii, Ed. Humanitas, București, 1994.

- Eugeniu Nistor – Conceptul de spațiu mioritic în filosofia lui Lucian Blaga, Ed. Ardealul, Targu-Mureș, 2007.

- x x x – Saeculum – Revistă de filosofie, director Lucian Blaga (1943-1944) –, prefață de Acad. Gh. Vlăduțescu, îngrijitor de ediție și studiu introductiv dr. Eugeniu Nistor, Ed. Ardealul, Targu-Mureș, 2008.

- Eugeniu Nistor – Filosofie și comunicare. Studii și cercetări, Ed. Academiei Române, București, 2012.

- Nicolae Bagdasar - Teoria cunoașterii, Ed. Univers Enciclopedic, București, 2016.

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	'Amăgirea simțurilor' la: Parmenide, Zenon Eleatul și Melissos din Samos.	Dezbaterea; conversația euristică; problematizarea	-	Se aleg, din bibliografie, cărțile corespunzătoare.	2
2	Concepțiile sceptice ale lui Pyrrhon, Carneade și Sextus Empiricus	Dezbaterea; conversația euristică; problematizarea.	-	Se aleg, din bibliografie, cărțile corespunzătoare.	2
3	'Dubito, ergo cogito; cogito, ergo sum'. Reguli metodei carteziene: analiză, sinteză, evidență, enumerare	Test bibliografic	-	Se aleg, din bibliografie, cărțile corespunzătoare.	2
4	„În intelect nu există nimic care să nu fi fost mai înainte în simțuri”- concepția lui John Locke.	Dezbaterea; conversația euristică; problematizarea.	-	Se aleg, din bibliografie, cărțile corespunzătoare.	2
5	'Critica rațiunii pure' a lui Immanuel Kant - una dintre marile cărți ale gândirii omenești	Activități aplicative (referate, eseuri)	-	Se aleg, din bibliografie, cărțile corespunzătoare.	2
6	Concepția gânditorului francez Aug. Comte - în lucrările acestuia consacrate 'filosofiei pozitive'	Activități aplicative (referate, eseuri)	-	Se aleg, din bibliografie, cărțile corespunzătoare.	2
7	'Pragmatismul acceptă totul: el acceptă logica, el acceptă simțurile cele mai umile, cele mai particulare; dacă experiențele mistice pot avea consecințe practice, el le va accepta; și dacă s-ar întâmpla ca Dumnezeu să se poată întâlni aici, pragmatismul va primi un Dumnezeu...' spunea William James, în lucrarea sa - 'Pragmatismul' (1928)	Activități aplicative (referate, eseuri)	-	Se aleg, din bibliografie, cărțile corespunzătoare.	2

Bibliografie

- Victor Kernbach – Miturile esențiale. Antologie de texte cu o introducere în mitologie, comentarii critice și note de referință, , Ed. Științifică și Enciclopedică, București, 1978.

- Gândirea egipteană în texte – Traducere din limba egipteană veche, studiu introductiv, notițe introductive și note: Constantin Daniel, Ed. Științifică, București, 1974.

- Fragmentele presocraticilor – Vol. I, Traducere integrală după ediția Diels-Kranz cu introduceri și note de Simina Noica și Constantin Noica, Ed. Junimea, Iași, 1974.

- Platon – Dialoguri. / Apărarea lui Socrate; Charmides; Menon; Gorgias; Banchetul; Fedon; Scrisoarea a VII-a / După traduceri de Cezar Papacostea, revizuite și întregite cu două traduceri noi și cu "Viața lui Platon" de Constantin Noica, Ed. pentru lit. univ., București, 1968.

- Aristotel – Metafizica. Traducere de Șt. Bezdechi, studiu introductiv și note de Dan Bădăraș, Ed. Academiei, București, 1965.

- Aristotel – Fizica. Traducere și note de N. I. Barbu, Studiu introductiv, note, indice temeinic și indice terminologic de Pavel Apostol, Studiu analitic și note de Alexandru Posescu, Ed. științifică, București, 1966.

- Diogenes Laertius – Despre viețile și doctrinele filosofilor. Traducere din limba greacă de C. I. Balmuș, Studiu introductiv și comentarii de Aram M. Frenkian, Ed. Academiei, București, 1963.

- Marcus Tullius Cicero – Despre îndatoriri. Traduceri din limba latină și note de David Popescu, Studiu introductiv de Aureliu Tache, București, Ed. științifică, București, 1957.

- Sextus Empiricus – Opere filosofice. Vol. 1 / Schițe pyrrhoniene în trei cărți; Contra învățaților / Traducere și introducere de Aram M. Frenkian, Ed. Academiei, București, 1965.

- Georg Wilhelm Fr. Hegel – Prelegeri de filosofie a istoriei. Ed. Humanitas, București, 1997.

- Antologie filosofică. Filosofia antică. Vol. I-II. Ediție revăzută și adăugită de Octavian Nistor. Selecția textelor și prezentări de Nicolae Bagdasar, Virgil Bogdan și Octavian Nistor /.../, Prefață de G. Vlăduțescu. Ed. Minerva, București, 1975.

- Leonardo da Vinci – Texte filosofice. Cu studiu introductiv de C. I. Gulian, Ed. de stat pentru lit. științifică, București, 1952.

- Galileo Galilei – Dialog despre cele două principale ale lumii – ptolemeic și copernican. În românește de Romolo Ottone, Cuvânt înainte de Ștefan Bălan, Ed. Științifică, București, 1962.

- Charles Montesquieu – Despre spiritul legilor. Vol I-II. Traducere și note de Armand Roșu, Studiu introductiv de Dan Bădăraș, Ed. Științifică, București, 1964 (vol. I), 1970, (vol. II, III).

- G.W. Leibniz – Opere filosofice. vol. I/Monadologia; Dialog privitor la conexiunea dintre lucruri și cuvinte și la realitatea adevărului; ș.a. / Traducere de Constantin Floru, Studiu introductiv de Dan Bădăraș, Ed. Științifică, București, 1972.

- Immanuel Kant – Critica rațiunii pure, traducători Nicolae Bagdasar și Elena Moisiuc, studiu introductiv, glosar

kantian și indice de nume proprii Nicolae Nagdasar, Ed. Științifică, București, 1969.

- Immanuel Kant – Întemeierea metafizicii moravurilor. Critica rațiunii practice, traducere, studiu introductiv, note și indici Nicolae Bagdasar, prefață Nicolae Bellu, Ed. Științifică, București, 1972.
- Immanuel Kant – Prolegomene la orice metafizică viitoare care se va putea înfățișa ca știință, traducere ce Mihail Antoniadă, ediție îngrijită și studiu introductiv de Eugeniu Nistor, Editura Ardealul, Colecția "Biblioteca de filosofie", Târgu-Mureș, 1999.
- Immanuel Kant – Critica puterii de judecată, traducerea «Criticii facultății de judecată» - Vasile Dem. Zamfirescu, Alexandru Surdu, traducerea «Primei introduceri la Critica facultății de judecată» - Constantin Noica, Ed. Trei, București, 1995.
- G. W. Fr. Hegel – Fenomenologia spiritului. Traducere de Virgil Bogdan, Ed. Academiei RSR, București, 1965.
- Niccolo Machiavelli – Principele. Studiu introductiv, traducere și note de Nina Facon, Ed. Științifică, București, 1960.
- George Berkeley – Principiile cunoștinței omenești. Trad. de S. Căteanu, cu o introducere de N. Bagdasar, Tiparul universitar, București, 1938.
- David Hume – Cercetare asupra intelectului omenesc. Trad. de S. Căteanu, Introducere de N. Bagdasar, Societatea Română de Filosofie, București, 1936.
- Albert Camus – Mitul lui Sisif. Traducere, prefață și note de Irina Mavrodin, Ed. pentru lit. univ., București, 1969.
- Lucian Blaga – Trilogia cunoașterii, Ed. Humanitas, București, 1993.
- Lucian Blaga – Trilogia culturii, Ed. Humanitas, București, 1994.
- Nicolae Bagdasar - Teoria cunoștinței, Ed. Univers Enciclopedic, București, 2016.

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

Disciplina răspunde nevoii de înțelegere și de acțiune specifice mediului social.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Cunoștințe teoretice și aplicative	Bonusuri pentru intervenții	20
- în timpul activității practice	Implicare în dezbateri	Teste, referate, lucrări la minut	20
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Verificarea cunoștințelor teoretice	Colocviu - scris	30
- examen practic final	Verificarea cunoștințelor teoretice și aplicative	Referate, eseuri, teste conceptuale	30
Standard minim de performanță: Însușirea cunoștințelor de bază ale disciplinei			

11. Orar consultații studenți

Lect dr Nistor Eugeniu	Miercuri 12-14
------------------------	----------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Filosofia economică			
2.2 Titularul activităților de curs: Lect dr Cistelean Alexandru			
2.3 Titularul activităților practice: Alexandru Cistelean			
2.4 Anul de studii: III	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Opt

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 4	3.2 din care curs: 2	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 28	3.5 din care curs: 14	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 14		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 14		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 14		
- tutorial: 0		
- examinări: 3		
- alte activități: 2		
3.8 Total ore de studiu individual: 47		
3.9 Total ore pe semestru: 75		
3.10 Număr de credite: 3		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
Sala sa fie prevazuta cu proiector
5.2 a activităților practice:
Sala sa fie prevazuta cu proiector

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
C1. Utilizarea conceptelor și principiilor fundamentale de organizare și funcționare a structurilor administrative pentru inserția profesională în instituții publice și/sau private. C2. Identificarea și aplicarea dispozițiilor legale cuprivate la sistemul administrativ. C3. Comunicarea orală și scrisă, în limba programului de studii și într-o limbă decirculație internațională, a unor mesaje structurate referitoare la o problemă dată din specialitate. C4. Aplicarea instrumentelor strategice pentru dezvoltarea instituțională. C5. Administrarea activităților specifice din domeniu, cu respectarea eticii și deontologiei profesionale. C6. Identificarea, analizarea și rezolvarea problemelor din administrația publică, în mod cooperant, flexibil și eficient.

6.2 transversale: CT1. Îndeplinirea la termen, în mod riguros, eficient și responsabil, a sarcinilor profesionale, cu respectarea principiilor etice și a deontologiei profesionale. CT2. Aplicarea tehnicilor de relaționare în grup, deprinderea și exercitarea rolurilor specifice în munca de echipă, prin dezvoltarea abilităților de comunicare interpersonală. CT3. Autoevaluarea nevoii de formare profesională și identificarea resurselor și modalităților de formare și dezvoltare personală și profesională, în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii.
6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general: Înțelegerea principalelor concepte și a principalelor dezbateri actuale din discursul economic
7.2 Obiective specifice: Înțelegerea istoriei gândirii economice și a semnificațiilor filozofice ale principalelor doctrine economice

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Introducere: ce este economia? Origini istorice și conceptuale	Prelegere, problematizare	-	-	2
2	Economia și filozofia antică	Prelegere, problematizare	-	-	2
3	Nasterea economiei politice moderne. Mercantilismul și liberalismul englez.	Prelegere, problematizare	-	-	2
4	Fiziocrații și Revoluția Franceză	Prelegere, problematizare	-	-	2
5	Socialismul ca doctrină economică și politică	Prelegere, problematizare	-	-	2
6	De la Ordoliberalism la neoliberalism	Prelegere, problematizare	-	-	2
7	Economie politică și ecologie	Prelegere, problematizare	-	-	2

Bibliografie

Isaac Rubin, History of Economic Thought, Ink Links, 2006

Ole Bjerg, Parallax of Growth: The philosophy of ecology and economy, Polity, 2016

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Economia antică	Discuții dirijate, studii de caz	-	-	2
2	Fragmente din John Locke și iluministii englezi	Prezentări, discuții dirijate	-	-	2
3	Proprietatea și originea inegalității. Fragmente din J-J Rousseau	Prezentări, discuții dirijate	-	-	2
4	Doctrina economică a socialismului	Prezentări, discuții dirijate	-	-	2
5	Von Mises & Hayek	Prezentări, discuții dirijate	-	-	2
6	Neoliberalismul actual	Prezentări, discuții dirijate	-	-	2
7	Criza climatică - abordări economice și filozofice	Discuții dirijate, studii de caz	-	-	2

Bibliografie

Jean-Jacques Rousseau, Discurs despre originea inegalităților

Jean-Jacques Rousseau, Discurs despre economia politică

John Locke, Al doilea tratat de guvernare (fragm)

Ellen-Meiksins Wood, Libertate și proprietate. O istorie a gândirii politice moderne, Tact, Cluj, 2018

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

Disciplina răspunde așteptărilor reprezentanților comunității, asociațiilor profesionale și angajatorilor din domeniu

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Cunoștințe teoretice și aplicative	Bonusuri pentru intervenții	20
- în timpul activității practice	Implicare în dezbateri	Teste, referate, lucrări la minut	20
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Verificarea cunoștințelor teoretice	Colocviu - scris	30
- examen practic final	Verificarea cunoștințelor teoretice și aplicative	Referate, eseuri, teste conceptuale	30
Standard minim de performanță: Înșușirea cunoștințelor de bază ale disciplinei			

11. Orar consultații studenți

Lect dr Cistelecan Alexandru	Marti, 12-14
------------------------------	--------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Estetică			
2.2 Titularul activităților de curs:			
2.3 Titularul activităților practice:			
2.4 Anul de studii: III	2.5 Semestrul: 1	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Fac

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 6	3.2 din care curs: 2	3.3 activități practice: 4
3.4 Total ore din planul de învățământ: 42	3.5 din care curs: 14	3.6 activități practice: 28
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 18		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 14		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 14		
- tutorial: 2		
- examinări: 6		
- alte activități: 4		
3.8 Total ore de studiu individual: 58		
3.9 Total ore pe semestru: 100		
3.10 Număr de credite: 4		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
-
5.2 a activităților practice:
-

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
C 4. Prezentarea sintetică și analitică a perimetrului specific al esteticii.
C 4.1. Descrierea și exemplificarea categoriilor estetice
C4.2. Explicarea formelor de evoluție a categoriilor și conceptelor-cheie din domeniul esteticii.
C 4.3 Abordarea din diverse perspective interpretative a unui text literar, precum și aplicarea conceptelor și metodelor specifice esteticii.
C 4.4. Interpretarea și evaluarea critică a fenomenului esteticii, în contexte diferite.
C 4.5. Formularea, în cadrul unor proiecte profesionale, a unui punct de vedere profesional, asupra fenomenului esteticii, pornind de la pozițiile exprimate în textele de critică și istorie literară, precum și asupra textelor folclorice, pornind de la bibliografia de specialitate.
- Elaborarea unui discurs oral/ scris complex, bogat lexical și sintactic, articulat precis din punct de vedere logic

pe o temă de estetică.
6.2 transversale: CT1 Utilizarea componentelor domeniului limbă și literatură în deplină concordanță cu etica profesională. Standarde minime de performanță pentru evaluarea competenței: Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale a filologului, în cadrul unui proiect pe o temă de specialitate. Construirea unui proiect articulat și coerent, motivat din punct de vedere științific, în conformitate cu standardele filologice. CT2 Relaționarea în echipă; comunicarea interpersonală și asumarea de roluri specifice. Standarde minime de performanță pentru evaluarea competenței: Realizarea unui proiect în echipă, cu demonstrarea capacităților de comunicare. CT3 Organizarea unui proiect individual de formare continuă; îndeplinirea obiectivelor de formare prin activități de informare, prin proiecte în echipă și prin participarea la programe instituționale de dezvoltare personală și profesională. Standarde minime de performanță pentru evaluarea competenței: Utilizarea integrată a tehnologiile informației și ale comunicării în activitățile de învățare curente; elaborarea unui program multianual de formare continuă.
6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general: • caracterizarea specificului operei de artă; • asimilarea problemelor legate de receptarea estetică; • formarea motivațiilor și atitudinilor din sfera educației estetice.
7.2 Obiective specifice: • Cunoașterea celor mai importante teorii ale poeziei și criticii literare; • Cunoașterea principalelor curente și orientări în critica literară modernă; • Deprinderea abilităților de cercetare în domeniul criticii literare.

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Introducere. Obiectul și problematica esteticii.	Prelegere, problematizare	-	-	2
2	Valorile estetice	Prelegere, problematizare	-	-	2
3	Estetica și teoria valorilor	Prelegere, problematizare	-	-	2
4	Categoriile estetice: Frumosul	Prelegere, problematizare	-	-	2
5	Sublimul, tragicul și comicul	Prelegere, problematizare	-	-	2
6	Alte categorii estetice: grotescul, grațiosul, agreabilul, pateticul	Prelegere, problematizare	-	-	2
7	Arta: unitate și diversitate. Clasificări ale artelor	Prelegere, problematizare	-	-	2

Bibliografie

Boldea, Iulian, Dimensiuni critice, Editura Universității "Petru Maior", 1998.
Boldea, Iulian, Ipostaze și lecturi critice, University Press, Târgu Mureș, 2018.
Ceașu, Gheorghe, Estetica operei de artă, Editura Paideia, București, 2016.
Danto, Arthur C., Transfigurarea locului comun. O filosofie a artei, Idea Design & Print, Cluj, 2012
Ingarden, Roman, Studii de estetică, Ed. Univers, Buc., 1978
Lukács, Georg, Estetica, Ed. Meridiane, Buc., 1974
Morpurgo-Tagliabue, Guido, Estetica contemporană, Ed. Meridiane, București, 1976.
Muthu, Mircea, Estetica sau Melcul și Cochilia, Editura Școala Ardeleană, Cluj-Napoca, 2021.
Papu, Edgar, Estetica, I, Editura Eikon, București, 2016.
Pareyson, Luigi, Estetica. Teoria formativității, Ed. Univers, Buc., 1977.
Ralea, Mihail, Prelegeri de estetică, Ed. științifică, Buc., 1972.
Schopenhauer, Arthur, Studii de estetică, Buc., Ed. Științifică, 1974.
Tatarkiewicz, Wladyslaw, Istoria esteticii, Ed. Meridiane, 1978
Townsend, Dabney, Introducere în estetică, Ed. All, București, 2001.
Vianu, Tudor, Estetica, Editura Orizonturi, București, 2010.

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 1

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Opera de artă: sens, limbaj, structură, funcție	Prezentare referate. Lucru pe echipe. Dezbateri	-	-	2
2	Procesul de creație artistică	Prezentare referate. Lucru pe echipe. Dezbateri	-	-	2
3	Comunicarea estetică	Prezentare referate. Lucru pe echipe. Dezbateri	-	-	2
4	Receptarea estetică	Prezentare referate. Lucru pe echipe. Dezbateri	-	-	2
5	Educația estetică. Artă și cunoaștere	Prezentare referate. Lucru pe echipe. Dezbateri	-	-	2
6	Curente estetice moderne și contemporane	Prezentare referate. Lucru pe echipe. Dezbateri	-	-	2
7	Elemente de estetică a teatrului	Prezentare referate. Lucru pe echipe. Dezbateri	-	-	2
8	Estetica lui Platon	Prezentare referate. Lucru pe echipe. Dezbateri	-	-	2
9	Estetica iluministă: Lessing	Prezentare referate. Lucru pe echipe. Dezbateri	-	-	2
10	Roman Ingarden și estetica fenomenologică	Prezentare referate. Lucru pe echipe. Dezbateri	-	-	2
11	Martin Heidegger și problematica artei	Prezentare referate. Lucru pe echipe. Dezbateri	-	-	2
12	Existențialismul și estetica (Jean-Paul Sartre și Albert Camus)	Prezentare referate. Lucru pe echipe. Dezbateri	-	-	2
13	Estetica problematicului: Nicolai Hartmann	Prezentare referate. Lucru pe echipe. Dezbateri	-	-	2
14	G. Călinescu – estetician	Prezentare referate. Lucru pe echipe. Dezbateri	-	-	2

Bibliografie

Boldea, Iulian, Romanian Literary Perspectives and European Confluences, Edition Asymetria, Paris, France, 2011
 Cassirer, E., Filosofia formelor simbolice, Ed. Humanitas, Bucuresti, 1998
 Călinescu, G. Principii de estetică, Ed. Scrisul Românesc, Craiova, 1976
 Compagnon, Antoine, Cinci paradoxuri ale modernității, Ed. Echinoc, Cluj-Napoca, 1998
 Dufrenne, M., Fenomenologia experienței artistice, Ed. Meridiane, Bucuresti, 1976, vol. I, II
 Fiedler, K., Scrieri despre arta, Ed. Meridiane, Bucuresti, 1993
 Gadamer, Hans-Georg, Adevăr și metodă, traducere de G. Cercel, L. Dumitru, G. Kohn, C. Petcana, Ed. Teora, București, 2001
 Gilbert, K. E., Kuhn, H, Istoria esteticii, Ed. Meridiane, Buc, 1972
 Hartmann, Nikolai, Estetica, Ed. Univers, Buc., 1974
 Panofski, E., Artă și semnificație, Ed. Meridiane, Bucuresti, 1980
 Townsend, Dabney, Introducere în estetică, traducere de G. Nagău, Ed. All, București, 2000
 Vovelle, M. (coord.), Omul luminilor, Polirom, Iași, 2000
 Worringer, W., Abstracție și intropatie, Ed. Univers, Bucuresti, 1970

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

<http://www.litere.usv.ro/pagini/Programe%20analitice/fisiere/HIL%20programe%20analitice/ideologie%20si%20literatura.pdf>
http://www.usm.md/ghidul_stud/Litere/LLIT_eng/f020007b.doc
http://lett.ubbcluj.ro/pag_studenti.htm
http://www.usm.md/ghidul_stud/Litere/LLIT_eng/s010103b.doc

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Cunoștințe teoretice și aplicative/teme	Examen	20

- în timpul activității practice	Lucrări de seminar	Referat, analize, intervenții, prezență	30
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Cunoștințe teoretice și aplicative/semestru	Examen	50
- examen practic final	-	-	0
Standard minim de performanță: Cunoașterea elementelor fundamentale de estetică și teorie literară. Realizarea unei sarcini de lucru specific într-o limită de timp. 80% frecvență la seminarii.			

11. Orar consultații studenți

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Relații publice corporatiste			
2.2 Titularul activităților de curs: Lect dr Cistelean Alexandru			
2.3 Titularul activităților practice: Alexandru Cistelean			
2.4 Anul de studii: III	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: E	2.7 Regimul disciplinei: Obl

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 8	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 4
3.4 Total ore din planul de învățământ: 56	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 28
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 30		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 30		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 30		
- tutorial: 0		
- examinări: 4		
- alte activități: 0		
3.8 Total ore de studiu individual: 94		
3.9 Total ore pe semestru: 150		
3.10 Număr de credite: 6		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
Sala sa fie dotată cu proiector
5.2 a activităților practice:
Sala sa fie dotată cu proiector

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
C2. Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC)
C2.1 Identificarea și înțelegerea teoriilor cu privire la gestiunea informațiilor, comunicarea mediatică, sistemele media, dinamica acestora și la efectele comunicării mediatice. C2.2 Identificarea particularităților utilizării specializate a diverselor tipuri media în comunicare. C2.3 Utilizarea tehnologiilor adecvate în realizarea și comunicarea profesionalizată a diverselor produse de informare, cu respectarea dreptului publicului de a fi informat corect. C2.4 Utilizarea unor criterii și metode standard de evaluare a calității și limitelor folosirii diverselor tehnologii în cadrul unor acte concrete de informare și comunicare
C 3. Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în procesul de relații publice C 3.1 Definirea conceptelor, teoriilor, paradigmelor și metodologiilor utilizate în analiza comunicării. C 3.2 Tratarea comunicării și a publicului/ audienței din perspectiva unor parametri specifici domeniului. C 3.3 Utilizarea unor

metode de cercetare pentru definirea problemelor de interes public și rezolvarea acestora prin modele de planificare specifice. C 3.4 Identificarea și utilizarea unor tehnici și indicatori relevanți pentru monitorizarea și evaluarea proceselor de comunicare.

6.2 transversale:

CT1 Rezolvarea în mod realist – cu argumentare atât teoretică, cât și practică – a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora.

CT2 Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice.

CT3 Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii.

6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:

Inițierea în teoria și practica relațiilor publice

7.2 Obiective specifice:

Însușirea conceptelor și practicilor specifice ale relațiilor publice corporatiste

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Concepte teoretice. Comunicarea resursă strategică.	Prelegere, problematizare	-	-	2
2	Elemente de management organizational.	Prelegere, problematizare, studii de caz	-	-	2
3	Percepția mesajelor	Prelegere, problematizare, studii de caz	-	-	2
4	Transmiterea mesajelor scrise și orale	Prelegere, problematizare, studii de caz	-	-	2
5	Tehnici de relaționare cu echipa managerială	Prelegere, problematizare, studii de caz	-	-	2
6	Comunicarea cu mediile de informare adverse	Prelegere, problematizare, studii de caz	-	-	2
7	Interpretarea mesajelor	Prelegere, problematizare, studii de caz	-	-	2
8	Campanii de relații publice corporatiste	Prelegere, problematizare, studii de caz	-	-	4
9	Tehnici de comunicare interactive	Prelegere, problematizare, studii de caz	-	-	2
10	Ce sunt corporatiile?	Prelegere, problematizare, studii de caz	-	-	2
11	Cultura organizațională și relațiile publice	Prelegere, problematizare, studii de caz	-	-	2
12	Concurența intercorporatistă și relațiile publice	Prelegere, problematizare, studii de caz	-	-	2
13	Discuții recapitulative	Prelegere, problematizare, discuții dirijate	-	-	2

Bibliografie

Marianne Sisson, Zeny Sarabia-Panol, Corporate Social Responsibility, Public Relations and Community Engagement, Routledge, 2018

William Dinan, David Miller, Thinker, Faker, Spinner, Spy: Corporate PR and the Assault on Democracy, MacMillan, 2007

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Conceptul și realitatea 'persoanei juridice'	Problematizare, discuții dirijate	-	-	2
2	Apariția și evoluția istorică a corporațiilor	Problematizare, discuții dirijate, studii de caz	-	-	2
3	Corporatia în secolul XX	Problematizare, discuții dirijate, studii de caz	-	-	2
4	Corporatia și mass-media	Problematizare, discuții dirijate, studii de caz	-	-	4

5	Corporatia in epoca internetului si retelelor de socializare	Problematizare, discutii dirijate, studii de caz	-	-	2
6	Relatiile publice corporatiste astazi	Problematizare, discutii dirijate, studii de caz	-	-	4
7	Relatiile publice corporatiste in Europa	Problematizare, discutii dirijate, studii de caz	-	-	2
8	Relatiile publice corporatiste in America de Nord	Problematizare, discutii dirijate, studii de caz	-	-	2
9	Relatiile publice corporatiste in Asia	Problematizare, discutii dirijate, studii de caz	-	-	2
10	Relatiile publice corporatiste in Romania postcomunista	Problematizare, discutii dirijate, studii de caz	-	-	2
11	Probleme si provocari ale relatiilor publice corporatiste	Problematizare, discutii dirijate, studii de caz	-	-	2
12	Viitorul relatiilor publice corporatiste	Problematizare, discutii dirijate, studii de caz	-	-	2

Bibliografie

Robert Dilenschneider, The Public Relations Handbook, BenBella Books, 2022

Elif Esiyok, Handbook of Research on New Media Applications in Public Relations and Advertising, IGI Global, 2020

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

Disciplina raspunde asteptarilor angajatorilor din domeniu

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Participare la discutii, atentie la prezentari	Discutii	20
- în timpul activității practice	Prezentari, participare activa la discutii	Prezentari, discutii	30
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Insusirea conceptelor si cazurilor discutate	Examen scris	50
- examen practic final	-	-	0
Standard minim de performanță: Insusirea conceptelor de baza			

11. Orar consultații studenți

Lect dr Cistelecan Alexandru	Marti, 12-14
------------------------------	--------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Managementul procesului de vânzări			
2.2 Titularul activităților de curs: Lect dr Sigmirean Corneliu-Cezar			
2.3 Titularul activităților practice: Cezar Sigmirean			
2.4 Anul de studii: III	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Opt

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 8	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 4
3.4 Total ore din planul de învățământ: 56	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 28
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 20		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 20		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 15		
- tutorial: 5		
- examinări: 9		
- alte activități: 0		
3.8 Total ore de studiu individual: 69		
3.9 Total ore pe semestru: 125		
3.10 Număr de credite: 5		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
Sala amenajată cu aparatură și suport multimedia
5.2 a activităților practice:
Sala amenajată cu aparatură și suport multimedia

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
• Cunoașterea și înțelegerea conceptelor și a modelelor explicative din domeniul comportamentului consumatorului;
• Cunoașterea și înțelegerea teoriilor specifice domeniilor ce contribuie la conturarea disciplinei (economie, sociologie, psihologie)
• Explicarea și interpretarea ideilor, proceselor, fenomenelor și tendințelor specifice domeniului;
• Explicarea și argumentarea unei abordări specifice strategiei de marketing, ținând cont de caracteristicile publicului țintă și de comportamentul de consum al acestuia.
• Proiectarea unor strategii de marketing pornind de la cunoștințele specifice despre comportamentul consumatorului și reacția acestuia la acțiunile de tip persuasiv;

6.2 transversale:
• Culegerea, analiza și interpretarea de date cantitative și calitative referitoare la o problemă din domeniul comportamentului consumatorului; • Capacitatea de a proiecta și implementa o temă de cercetare științifică privind un subiect adiacent comportamentului consumatorului.
6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:
• Cunoașterea și înțelegerea noțiunilor teoriilor subsumate domeniului comportamentului consumatorilor și recunoașterea lor în practică. • Capacitatea de a reda și analiza critic conceptele importante specifice comportamentului consumatorului și de a explica necesitatea aplicării strategiilor de modelare a comportamentului consumatorului. • Interpretarea noțiunii teoriei motivației, resorturile motivaționale ale comportamentului de consum; • Principalele scheme și modele ale comportamentului consumatorului existente în literatura de specialitate; • Înțelegerea motivelor care conduc la efectuarea/neefectuarea actului de cumpărare;
7.2 Obiective specifice:
• Înțelegerea factorilor interni și externi care exercită o influență determinantă asupra comportamentului de cumpărare al indivizilor; • Înțelegerea modului de utilizare a instrumentelor și tehnicilor specifice măsurării comportamentului consumatorului; • Explicarea legăturilor existente între comportamentul consumatorului și stilul de viață; comportamentul consumatorului și valoarea capitalizată în marcă; • Analiza studiilor comportamentale efectuate pe diverse piețe și produse destinate consumului.

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Introducere în comportamentul consumatorului; Concepte de bază: Consumator. Cumpărător, Plătitor.	Prelegeri, cursuri interactive, dezbateri tematice	-	-	2
2	Nevoi și dorințe ale consumatorului.	Prelegeri, cursuri interactive, dezbateri tematice	-	-	2
3	Personalitatea și imaginea de sine.	Prelegeri, cursuri interactive, dezbateri tematice	-	-	2
4	Atitudini și preferințe. Învățarea.	Prelegeri, cursuri interactive, dezbateri tematice	-	-	2
5	Factorii personali care influențează comportamentul de consum.	Prelegeri, cursuri interactive, dezbateri tematice	-	-	2
6	Stilul de viață și grupurile sociale.	Prelegeri, cursuri interactive, dezbateri tematice	-	-	2
7	Clasele sociale și mediul cultural.	Prelegeri, cursuri interactive, dezbateri tematice	-	-	2
8	Factorii exogeni.	Prelegeri, cursuri interactive, dezbateri tematice	-	-	2
9	Mass-media și comportamentul consumatorului.	Prelegeri, cursuri interactive, dezbateri tematice	-	-	2
10	Procesul de cumpărare.	Prelegeri, cursuri interactive, dezbateri tematice	-	-	2
11	Posibilități ale modelării.	Prelegeri, cursuri interactive, dezbateri tematice	-	-	2

12	Studiarea activităților comerciale.	Prelegeri, cursuri interactive, dezbateri tematice	-	-	2
13	Influențe socio-culturale. Influența grupurilor. Influența familiei.	Prelegeri, cursuri interactive, dezbateri tematice	-	-	2
14	Consumatorii și piața serviciilor. Consumatorul organizațional.	Prelegeri, cursuri interactive, dezbateri tematice	-	-	2

Bibliografie

Niță A., M., Marketing public, Editura PROUNIVERSITARIA, București, 2015
 Niță A., M., Strategii de comunicare și marketing, Editura PROUNIVERSITARIA, București, 2017
 Dobre, C., Comportamentul consumatorului și practica de marketing, Ed. Mirton, Timișoara, 2005
 Iliescu, Dragoș, Petre, Dan, Psihologia reclamei și a consumatorului, Editura Comunicare.ro, București, 2010
 GRIGORAȘ, M. Marketingul societal ca componentă a responsabilității sociale corporative. Chișinău: Print-Caro, 2014

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Atitudinea de marketing în organizații. Etica și responsabilitatea managerială. Oportunități și amenințări în mediul demarketing.	dezbateri, prezentarea	-	-	4
2	Indicatori de dimensionare a piețelor. Segmentele de piață, B2C	dezbateri, studiul de caz, exerciții	-	-	4
3	Motivația consumatorului. Analiza procesului de cumpărare a unui produs.	dezbateri, prezentarea, studiul de caz, proiect de grup	-	-	4
4	Mix-ul de marketing, elemente de analiză	dezbateri, prezentarea, studiul de caz	-	-	4
5	Ciclul de viață - implicații de business.	dezbateri, prezentarea, studiul de caz	-	-	4
6	Reclamă și publicitate - promovare online	Aplicație practică, proiect de grup	-	-	4
7	Soluții de preț pentru marketing	dezbateri, prezentarea, studiul de caz	-	-	4

Bibliografie

Niță A., M., Marketing public, Editura PROUNIVERSITARIA, București, 2015;
 Niță A., M., Strategii de comunicare și marketing, Editura PROUNIVERSITARIA, București, 2017;
 Ciucan-Rusu, L., Marketing – Note de curs, UMFST GE Palade Tg.Mures, 2019;
 Culegere de teste pentru licența, UMFST GE Palade Tg.Mures, 2019;

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

Cursul este conceput în conformitate cu prevederile standardelor ocupaționale (vezi CNFPA-Standarde ocupaționale) elaborate de practicieni.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Cunoștințe teoretice și aplicative/ teme	Verificare pe parcurs	20
- în timpul activității practice	Analiza unei agenții de publicitate	Portofoliu/ Prezentare	40
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Cunoștințe teoretice și aplicative/ semestru	Examen scris	40
- examen practic final	-	-	0

Standard minim de performanță:

75% frecvență la seminarii și CP./laborator

11. Orar consultații studenți

Lect dr Sigmirean Corneliu-Cezar	Marti, de la 10-14
----------------------------------	--------------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Introducere în management			
2.2 Titularul activităților de curs: Lect dr On Angela			
2.3 Titularul activităților practice: Lect dr. On Angela			
2.4 Anul de studii: III	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Opt

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 8	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 4
3.4 Total ore din planul de învățământ: 56	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 28
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 20		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 20		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 15		
- tutorial: 5		
- examinări: 9		
- alte activități: 0		
3.8 Total ore de studiu individual: 69		
3.9 Total ore pe semestru: 125		
3.10 Număr de credite: 5		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum: Nu e cazul
4.2 de competențe: Nu e cazul

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: Tehnologia disponibilă pentru expunerea modernă a materialului didactic
5.2 a activităților practice: Prezența obligatorie a studenților; Tehnologia necesară pentru prezentarea referatelor și realizarea aplicațiilor specifice

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: C1. Utilizarea adecvată a conceptelor, teoriilor, metodelor și instrumentelor de natură financiară în entitățile/organizațiile private și publice; C2. Culegerea, analiza și interpretarea de date și informații referitoare la probleme economico-financiare; C6. Aplicarea deciziilor financiare în cadrul entităților/organizațiilor private și publice;
6.2 transversale: CT1. Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă CT2. Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei

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

7.1 Obiectivul general:

Obiectivul disciplinei este crearea unui fundament teoretic și practic în domeniul managementului, prin înțelegerea mecanismelor de exercitare a conducerii la nivelul organizațiilor și a subsistemelor acestora.

7.2 Obiective specifice:

Asimilarea noțiunilor de bază privind organizațiile și managementul acestora; Înțelegerea noțiunii de performanță managerială;

Transpunerea în modele matematice a unor situații decizionale.

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	INTRODUCERE ÎN MANAGEMENT Concepte de bază. Definiții. Managementul între știință și artă Clasificarea organizațiilor Managerii organizațiilor: tipuri, roluri manageriale, aptitudini	Prelegere	-	-	2
2	EVOLUȚIA TEORIEI ȘI PRACTICII MANAGERIALE Școlile de management și contribuția lor la dezvoltarea managementului Managementul tradițional (clasic) Managementul modern	Prelegere	-	-	2
3	MEDIUL EXTERN AL ORGANIZAȚIEI Abordări ale mediului Forțele mediului extern al organizațiilor Adaptarea organizației la mediul său extern	Prelegere	-	-	2
4	PERFORMANȚA MANAGERIALĂ ȘI RESPONSABILITATEA SOCIALĂ Eficacitatea și eficiența în management Responsabilitatea socială managerială Etica profesională în management	Expunere interactivă	-	-	2
5	FUNCȚIILE MANAGERIALE Funcția managerială de previziune Managementul strategic	Expunere	-	-	2
6	FUNCȚIA MANAGERIALĂ DE ORGANIZARE Organizarea formală și informală Subdiviziunile organizatorice Tipuri de configurații structurale și funcționarea acestora	Prelegere	-	-	2
7	FUNCȚIA MANAGERIALĂ DE COORDONARE Comunicarea managerială Rețele și tipuri de comunicare Decizia managerială și comunicarea	Prelegere	-	-	2
8	FUNCȚIA MANAGERIALĂ DE ANTRENARE Motivarea ca suport al antrenării Teorii motivaționale	Expunere interactivă	-	-	2
9	LEADERSHIP-UL ȘI MANAGEMENTUL Raportul management-leadership Tipuri de lideri. Rolurile liderilor organizaționali Stiluri de leadership	Expunere	-	-	2
10	FUNCȚIA MANAGERIALĂ DE CONTROL Sistemul și procesul de control Tehnici de control	Prelegere	-	-	2
11	INSTRUMENTE SPECIFICE DE MANAGEMENT Analiza diagnostic - Concept. Etape de desfășurare Metode de investigare folosite în analiza diagnostic Ședința - Metodologia desfășurării și conducerii ședinței	Expunere	-	-	2
12	INSTRUMENTE SPECIFICE DE MANAGEMENT Delegarea de autoritate Tabloul de bord Metode de stimulare a creativității	Expunere	-	-	2

13	CULTURA ORGANIZAȚIONALĂ Forme de manifestare a culturii organizaționale Cultura managerială. Orientarea și diversitatea culturală	Expunere	-	-	2
14	PROVOCĂRI ALE MANAGEMENTULUI CONTEMPORAN Abordări actuale manageriale	Prelegere	-	-	2

Bibliografie

1. Bennis Warren, Nanus Burt (2000), Liderii. Strategii pentru preluarea conducerii, Editura Business Tech International Press, București;

2. Burduș E., Popa I.(2018), Metodologii manageriale, Ed. Pro Universitaria;

3. Cole A Gerald (2004), Management. Teorie și practică, Editura Poligrafică Știința, Chișinău;

4. Dalota M.D., Baragan L.G.,(2020), Management general, Ed. Pro Universitaria;

5.Deac Vasile (coord.)(2020), Management, Editura ASE, București;

6.Dumitrașcu D., Nicolescu O.,Popa I. (2017)(coordonatori), Studii de caz relevante privind managementul organizațiilor din România, Ed. Pro Universitaria;

7. Vlăsceanu Mihaela (2003), Organizații și comportament organizațional, Editura Polirom, București;

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Rolurile manageriale Decizia și procesul decizional.	Discuții, dezbateri. Aplicații – metoda utilității globale	Metode de optimizare a deciziilor	-	4
2	Adaptarea organizației la influențele mediului Modelul ELECTRE	Prezentare referate. Aplicații	Metode de optimizare a deciziilor	-	4
3	Organizarea formală și informală Decizia în condiții de risc – modelul aditiv	Prezentare referate. Aplicații	Metode de optimizare a deciziilor	-	4
4	Comunicarea managerială Decizia de risc – arborele decizional	Prezentare referate. Aplicații	Metode de optimizare a deciziilor	-	4
5	Leadership-ul organizațional. Lideri actuali Decizia în condiții de incertitudine	Prezentare referate. Aplicații	Metode de optimizare a deciziilor	-	4
6	Delegarea de autoritate și Brainstormingul Aplicații: Decizia de grup	Prezentare referate. Aplicații	Metode de optimizare a deciziilor	-	4
7	Diversitatea culturală în organizații Practici manageriale contemporane	Prezentare referate. Aplicații	Metode de optimizare a deciziilor	-	4

Bibliografie

1.Burduș E., Popa I. (2018), Metodologii manageriale, Ed.Pro Universitaria;

2. Deac V. (2020), Management, Editura ASE, București;

3. Dumitrașcu D., Nicolescu O., Popa I., (2017)(coordonatori), Studii de caz relevante privind managementul organizațiilor din România, Ed. Pro Universitaria;

4. Iacob D., Cismaru D. (2003), Organizația inteligentă, Editura Comunicare.ro, București;

5. Mihuț I., (coord.) (1998), Management, Editura Universității „1 Decembrie 1918” Alba Iulia;

6. On Angela (2020), Management - suport pentru seminar, FED, UMFST;

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

Conținutul disciplinei este în măsură să îi familiarizeze pe studenți cu aspectele esențiale ale organizării și funcționării eficiente a organizațiilor, atât prin abordarea teoretică, cât și prin aspectele practice, concrete pe care le tratează.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Cunoștințe teoretice și aplicative/ teme	Verificare pe parcurs	20
- în timpul activității practice	Analiza unei agenții de publicitate	Portofoliu/ Prezentare	40
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Cunoștințe teoretice și aplicative/ semestru	Examen scris	40

- examen practic final	-	-	0
Standard minim de performanță: 75% frecvență la seminarii și CP./laborator			

11. Orar consultații studenți

Lect dr On Angela	30 de minute după fiecare seminar
-------------------	-----------------------------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Managementul agenției de publicitate			
2.2 Titularul activităților de curs: Lect dr Sigmirean Corneliu-Cezar			
2.3 Titularul activităților practice: Lect dr Sigmirean Corneliu-Cezar			
2.4 Anul de studii: III	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Opt

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 8	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 4
3.4 Total ore din planul de învățământ: 56	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 28
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 20		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 20		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 15		
- tutorial: 5		
- examinări: 9		
- alte activități: 0		
3.8 Total ore de studiu individual: 69		
3.9 Total ore pe semestru: 125		
3.10 Număr de credite: 5		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum: Fundamente ale comunicării. Fundamente ale fenomenului publicitar.
4.2 de competențe: Fundamente ale comunicării. Fundamente ale fenomenului publicitar.

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: -
5.2 a activităților practice: -

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: C 1.1 Definirea principalelor concepte specifice domeniului, utilizarea lor și a terminologiei de specialitate în situații multiple C 1.2 Explicarea conceptuală a situațiilor de comunicare și a problemelor de specialitate în domeniu. C 1.3 Aplicarea principiilor deontologice și a normelor etice care stau la baza organizării și funcționării activităților specifice domeniului de specialitate, descrierea modului de organizare a profesiei și a valorilor acesteia. C 1.4 Aplicarea legislației naționale și europene privind liberul acces la informație, proprietatea intelectuală, drepturile de autor, copyright-ul etc. în procesul comunicării profesionalizate și în activitățile de informare documentare.
--

C 1.5 Elaborarea unor proiecte specifice de investigație și intervenție în domeniul de specialitate.

- Elaborarea și susținerea publică a unei lucrări de licență, cu caracter aplicativ pe o temă din domeniul de specialitate.

C 4.1. Identificarea conceptelor și metodelor adecvate dezvoltării unui produs de RP.

C4.2 Explicarea și interpretarea unui eveniment de RP din perspectiva planificării lui strategice.

C 4.3 Utilizarea unor cadre metodologice adecvate realizării unui produs de RP.

C 4.4. Validarea programelor și produselor de RP prin tehnici de evaluare specifice.

C 4.5. Elaborarea documentației pentru prezentarea unui produs RP.

- Prezentarea unui produs realizat în cadrul practicii profesionale.

C 5.1 Utilizarea corectă a principalelor metode, tehnici, tactici și strategii de comunicare și/ sau mediere.

C 5.2 Utilizarea instrumentarului retoric, argumentativ și semiotic pentru înlăturarea unor disfuncționalități în comunicare și/ sau mediere.

C 5.3 Utilizarea strategiilor și metodelor de comunicare în gestionarea situațiilor de criză și/ sau mediere.

C 5.4 Evaluarea critică a metodelor și modelelor folosite în gestionarea comunicărilor de criză și/ sau de mediere a conflictelor de comunicare.

C 5.5 Elaborarea unui plan de comunicare de criză și/ sau de mediere a unui conflict de comunicare.

- Elaborarea unei strategii de comunicare ca răspuns la o situație dată de criză și/ sau de mediere.

6.2 transversale:

CT1 Rezolvarea în mod realist – cu argumentare atât teoretică, cât și practică – a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora.

Standarde minime de performanță pentru evaluarea competenței: Elaborarea unui proiect sau cel puțin a unei părți a unui asemenea proiect, aplicând atât cunoștințe, teorii și metode de diagnoză și intervenție, cât și norme și principii de etică profesională.

CT2 Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice.

Standarde minime de performanță pentru evaluarea competenței: Participarea la realizarea unui proiect în echipă, cu îndeplinirea unor funcții profesionale date.

6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:

- Analiza tipologiei/ structurii reclamei (date referitoare la: publicul-țintă al produsului recomandat, comportamentul pe care anunțul încearcă să-l inducă consumatorului, tipul de publicitate pe care îl ilustrează reclama, limbajul utilizat) formatul de reclamă adoptat, structura titlului – care îi determină forța expresivă –, tipul de text etc.

- Utilizarea relației dintre publicul-tintă și reclamă, în deplină concordanță cu etica profesională.

- Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale a specialistului în relații publice (proiect)

7.2 Obiective specifice:

- Deprinderea de redactare a reclamei după anumite criterii

- Formarea competențelor de elaborare a unei reclame după tipul de text

- Formarea competențelor referitoare la elementele pe care se sprijină forța persuasivă a reclamei.

- Formarea competențelor de redactare a reclamei după anumite criterii (formatul de reclamă adoptat, structura titlului)

- Formarea competențelor de elaborare a unei reclame după tipul de text (narativ, descriptiv, argumentativ)

- Formarea competențelor referitoare la elementele pe care se sprijină forța persuasivă a titlului reclamei, organizarea câmpului vizual al reclamei, structura și semnificația logotipului.

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
----	------	-------------------	------------	-----------------	--------

1	Introducere: surse teoretice și delimitări conceptuale	Prelegere cu oponent, dezbatere, prezentare, expunerea, exercițiul, studiu de caz	2 activități	-	4
2	Publicitatea ca proces de comunicare	Prelegere cu oponent, dezbatere, prezentare, expunerea, exercițiul, studiu de caz	1 activitate	-	2
3	Cercetarea în publicitate	Prelegere cu oponent, dezbatere, prezentare, expunerea, exercițiul, studiu de caz	1 activitate	-	2
4	Strategia și planificarea în publicitate	Prelegere cu oponent, dezbatere, prezentare, expunerea, exercițiul, studiu de caz	2 activități	-	4
5	Tipuri de agenții de publicitate	Prelegere cu oponent, dezbatere, prezentare, expunerea, exercițiul, studiu de caz	2 activități	-	4
6	Echipe creative în agenții de publicitate	Prelegere cu oponent, dezbatere, prezentare, expunerea, exercițiul, studiu de caz	1 activitate	-	2
7	Creația în publicitate – generalități	Prelegere cu oponent, dezbatere, prezentare, expunerea, exercițiul, studiu de caz	1 activitate	-	2
8	Media în publicitate	Prelegere cu oponent, dezbatere, prezentare, expunerea, exercițiul, studiu de caz	2 activități	-	4
9	Marketingul direct / Promovarea vânzărilor – noțiuni introductive	Prelegere cu oponent, dezbatere, prezentare, expunerea, exercițiul, studiu de caz	1 activitate	-	2
10	Relațiile publice în publicitate/ Bugetarea în publicitate/ Despre viitorul publicității – aspectegenerale	Prelegere cu oponent, dezbatere, prezentare, expunerea, exercițiul, studiu de caz	1 activitate	-	2

Bibliografie

Bibliografie obligatorie:

Nicola, Mihaela, Petre, Dan, Publicitate și reclamă, București, 2001

Sigmirean, Corneliu, Cezar, La început a fost cuvântul. Publicitatea în România postdecembristă și schimbarea mentalității

publice, Editura Argonaut, Cluj-Napoca, 2018

Bibliografie facultativă:

Baudrillard, J. (1996), Strategiile fatale, Iași: Polirom.

Blythe J. (2000), Comportamentul consumatorului, București: Teora.

Boier R. (1994), Marketing și comportamentul consumatorului, Iași: Graphix.

Bondrea A., Gâfdeac I. (2000), Management și marketing pentru tehnologii moderne, București: Editura Fundației „România de mâine“.

Brech, E. F. (1953), Principles of Marketing, New York: Routledge.

Brune F. (2003), Fericirea ca obligație. Psihologia și sociologia publicității, București: Trei.

Buzell M., Levitt F. (1964), Marketing: An Introductory Analysis, New York: McGraw-Hill.

Chiorean, L., „The Discourse of Advertising: the Rhetoric of the Behavioural Model”, in Culture, Elites and European

Integration/ Culture, Elites et Intégration européenne, vol 2 (coord. I.Boldea) Paris, Editions Prodifmultimedia, 2011, pp.38-50.

Colin M. (1997), „Monitoring Advertising Performance“, Admap.

Covey S. (1998), Eficiența în 7 trepte, București: All.

Dîncu V. S. (1999), Comunicarea simbolică. Arhitectura discursului publicitar, Cluj Napoca: Dacia.

Drăgan J. C., Demetrescu M. C (1998), Noul marketing la începutul mileniului III, București: Europa Nova.

Goddard A. (2002), Limbajul publicității, Iași: Polirom.

Guyot J. (1992), L'Ecran publicitaire, Paris: L'Harmattan.

Haskins J., Kendrick A. (1993), Succesful Advertising Research Methods, Lincolnwood: NTC Business Book.

Heilbrunn B. (2002), Logo-ul, București: comunicare.ro.

Joule R. V., Beauvois, J. L. (1997) Tratat de manipulare, București: Antet.

Kotler Ph. (1998), Managementul marketingului, București: Teora.

Kotler Ph. (1999), Principiile marketingului, București: Teora.

Le Men Y., Bruzeau M. (2000), Marketing direct, București: Teora.

Lebedeva T. (1999), Arta de a seduce, Iași: Institutul European.

Lenvinson, J. C. [1994] (2002), Guerilla advertising. Arme și tactici neconvenționale de obținere a profiturilor mari

cu
 investiții mici în publicitate, București: Editura Business Tech International.
 McDonald M. (1998), Marketing strategic, București: Codecs.
 Nicola M., Petre D. (2001), Publicitate, București: SNSPA– Facultatea de Comunicare și Relații Publice „David Ogilvy”.
 Ogilvy D. (1999), Ogilvy on Advertising, Italy: Prion Books Ltd.
 Petre, Dan, Nicola, Mihaela, Introducere în publicitate, Ed. comunicare.ro, București, 2004.
 Poe R. (1999), Al treilea val: noua eră în network marketing, București: Amaltea.
 Popescu D. (1995), Arta de a comunica, București: Editura Economică.
 Prutianu Șt. (2000), Manual de comunicare și negociere în afaceri, București: Polirom.
 Roventă-Frumușani D. (1993), Strategii ale interacțiunii discursive, București: Universitatea București.
 Vlăsceanu L. (1982), Metodologia cercetării sociologice, București: Editura Științifică și Enciclopedică.
 Zyman S. (2001), Sfârșitul marketingului, București: Nemira.

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Copywriter în agenția de publicitate	Studiu de caz – agenția publicitară, analiza semiotică a reclamei/ spotului publicitar, dezbateri, activități individuale și de echipă, vizionări de reclame, dublate de analize	1 activitate	-	2
2	Copywriter în agenție de digital marketing	Studiu de caz – agenția publicitară, analiza semiotică a reclamei/ spotului publicitar, dezbateri, activități individuale și de echipă, vizionări de reclame, dublate de analize	1 activitate	-	2
3	Strategie publicitară	Studiu de caz – agenția publicitară, analiza semiotică a reclamei/ spotului publicitar, dezbateri, activități individuale și de echipă, vizionări de reclame, dublate de analize	2 activități	-	4
4	Media buying	Studiu de caz – agenția publicitară, analiza semiotică a reclamei/ spotului publicitar, dezbateri, activități individuale și de echipă, vizionări de reclame, dublate de analize	1 activitate	-	2
5	Textul de reclamă	Studiu de caz – agenția publicitară, analiza semiotică a reclamei/ spotului publicitar, dezbateri, activități individuale și de echipă, vizionări de reclame, dublate de analize	1 activitate	-	2
6	Analiză de reclamă publicitară	Studiu de caz – agenția publicitară, analiza semiotică a reclamei/ spotului publicitar, dezbateri, activități individuale și de echipă, vizionări de reclame, dublate de analize	2 activități	-	4
7	Tehnici de vânzare în agențiile de publicitate	Studiu de caz – agenția publicitară, analiza semiotică a reclamei/ spotului publicitar, dezbateri, activități individuale și de echipă, vizionări de reclame, dublate de analize	2 activități	-	4
8	Bugetarea unui campanii publicitare	Studiu de caz – agenția publicitară, analiza semiotică a reclamei/ spotului publicitar, dezbateri, activități individuale și de echipă, vizionări de reclame, dublate de analize	1 activitate	-	2
9	Noi forme de publicitate	Studiu de caz – agenția publicitară, analiza semiotică a reclamei/ spotului publicitar, dezbateri, activități individuale și de echipă, vizionări de reclame, dublate de analize	1 activitate	-	2
10	Agenții de publicitate premiate - campanii de succes	Studiu de caz – agenția publicitară, analiza semiotică a reclamei/ spotului publicitar, dezbateri, activități individuale și de echipă, vizionări de reclame, dublate de analize	2 activități	-	4

Bibliografie

Bibliografie recomandată:

Barbu, Petre, Primul an de publicitate (o istorie a advertisingului românesc), Ed. Tandem Media, București, 2013.
 Bogart L. (1996), Strategy in Advertising. Matching Media and Messages to Markets and Motivations, Lincolnwood: NTC Business Books.
 Bonnange C.; Thomas C. (1999), Don Juan sau Pavlov? Eseu despre comunicarea publicitară, București: Trei.

Covey St. R. (2000), *Etica liderului eficient*, București: Allfa.

Datculescu P. (1998), *Compendiu analitic de metode și tehnici pentru cercetarea de marketing*, București: IRSOP.

Drewniany, Bonnie L. A. Jewler, Jerome, *Strategia creativa în publicitate*, Ed. Polirom, Iași, 2009.

Friestad M., Wright P. (1994), „The persuasion knowledge model: How people cope with persuasion attempts”, *Journal of Consumer Research*, 6.

Kapferer J.-N. (2002), *Căile persuasiunii. Modul de influențare a comportamentelor prin mass media și publicitate*, București: comunicare.ro.

Look G. (1992), *The Discourse of Advertising*, London: Routledge.

McLuhan M. (1997), *Mass media sau mediul invizibil*, București: Nemira.

Missoum G., Minard J.-L. (1990), *L'art de reussir*, Paris: Les Editions d'Organisation.

Moldoveanu M. (1995), *Psihologia reclamei*, București: Libra.

Petcu M. (2002), *Istoria ilustrată a publicității românești*, București: Tritonic.

Peter, L. J., Hull R. (1994), *Principiul lui Peter*, București, Humanitas.

Rovența-Frumușani D. (1999), *Semiotică, societate, cultură*, Iași: Institutul European.

Russel J. T., Lane R. W. (2002), *Manual de publicitate*, București: Teora.

Tungate, Mark, ADLAND. *Istoria universală a publicității*, traducere de Iulia Serafim, Ed. Humanitas, București, 2012.

Wells W., Burnett J., Moriarty S. (1992), *Advertising: Principles and Practice*, New Jersey: Prentice Hall.

Wright J. S., Winter W. L., Zeigler S. K. (1982), *Advertising*, New York: McGraw-Hill.

Wright P. (1980), „Message evoked thoughts: persuasion reached using thought verbalizations”, *Journal of Consumer Research*, 7.

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

-

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Cunoștințe teoretice și aplicative/ teme	Verificare pe parcurs	20
- în timpul activității practice	Analiza unei agenții de publicitate	Portofoliu/ Prezentare	40
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Cunoștințe teoretice și aplicative/ semestru	Examen scris	40
- examen practic final	-	-	0
Standard minim de performanță: 75% frecvență la seminarii și CP./laborator			

11. Orar consultații studenți

Lect dr Sigmirean Corneliu-Cezar	Marți, de la 10-14
----------------------------------	--------------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Tehnici de comunicare în servicii de sănătate			
2.2 Titularul activităților de curs: Conf dr Pașca Maria-Dorina			
2.3 Titularul activităților practice: Conf dr Pașca Maria-Dorina			
2.4 Anul de studii: III	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: E	2.7 Regimul disciplinei: Opt

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 6	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 42	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 12		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 12		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 12		
- tutorial: 8		
- examinări: 7		
- alte activități: 7		
3.8 Total ore de studiu individual: 58		
3.9 Total ore pe semestru: 100		
3.10 Număr de credite: 4		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
-
5.2 a activităților practice:
-

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
- Cunoașterea și aplicarea algoritmilor unei comunicări și relaționări eficiente
- Definirea conceptelor de bază și a teoriilor fundamentale ale comunicării,
- Recunoașterea tehnicilor și strategiilor de comunicare asertivă,
- Descifrarea eficientă a emoțiilor și comportamentelor.
6.2 transversale:
- integrarea comunicării strategice în panoplia structurilor de comunicare și consiliere interpersonală
6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general: Cunoasterea componentelor de baza ale comunicarii în servicii de sănătate ca modalitate de transmitere a informatiei spre populatie/esantion/grup de referinta
7.2 Obiective specifice: - Cunoasterea si aplicarea strategiilor privind comunicarea si relationarea din domeniul serviciilor de sănătate, - Implementarea elementelor de etica in comunicare.

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Comunicarea-identități, concepte	Conversatia, explicatia, demonstratia	-	Nu se coreleaza cu ICS	4
2	Structuri ale comunicării	Conversatia, explicatia, demonstratia	-	Nu se coreleaza cu ICS	4
3	Stiluri de comunicare	Conversatia, explicatia, demonstratia	TBL.	Nu se coreleaza cu ICS-	4
4	Bariere în comunicarea eficientă	Conversatia, explicatia, demonstratia	-	Nu se coreleaza cu ICS	4
5	Comunicarea asertivă-a spune nu	Conversatia, explicatia, demonstratia	-	Nu se coreleaza cu ICS	4
6	Strategii ale comunicării	Conversatia, explicatia, demonstratia	TBL.	Nu se coreleaza cu ICS	4
7	Comunicare strategică în servicii de sănătate	Conversatia, explicatia, demonstratia	-	Nu se coreleaza cu ICS	4

Bibliografie

1. Fiske I-Introducere în științele comunicării, Ed Polirom, Iasi, 2003
2. Ficeac B- Tehnici de manipulare, Ed Nemira, București, 1997
3. Ilișoi D, Lesenciuc A, Ciupearcă E, Ciupearcă C, Szilagy I, Pașca MD- Consiliere și comunicare interpersonală-Ed Antet, București, 2010
4. Wasinka W-Psihologia vieții sociale, Ed Renaissance, Bucuresti, 2005

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Comunicarea-elemente introductive	Conversatia, explicatia, demonstratia	-	-	2
2	Cai de comunicare verbala si nonverbala	Conversatia, explicatia, demonstratia	-	-	2
3	Comunicarea asertiva	Conversatia, explicatia, demonstratia	-	-	2
4	Strategii ale comunicării eficiente	Conversatia, explicatia, demonstratia	-	-	2
5	Bariere ale comunicării	Conversatia, explicatia, demonstratia	-	-	2
6	Dimensiunile macrosociale ale comunicarii	Conversatia, explicatia, demonstratia	-	-	2
7	Diversitatea culturala in comunicare	Conversatia, explicatia, demonstratia	-	-	2

Bibliografie

1. Ilișoi D, Lesenciuc A, Ciupearcă E, Ciupearcă C, Szilagy I, Pașca MD- Consiliere și comunicare interpersonală-Ed Antet, București, 2010
2. Pașca MD -Comunicare în relația medic-pacient, Ed University Press, Tg Mures, 2012
3. Ramonet I-Tirania comunicării, Ed Doina, București, 2000
4. Sfez L-Comunicarea, Institutul European Iasi, 2002

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

Aplicare practica a cunostintelor legate de specificul comunicarii în servicii de sănătate în varii situatii avandla baza informatia

10. Evaluare

Tip	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere
-----	----------------------	--------------------	---------

activitate			din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Definirea în mod corect a noțiunilor privind Comportamentul consumatorului, analizarea și interpretarea materialului documentar. Exprimarea și susținerea unui punct de vedere argumentat privitor la o anumită tematică sau problemă specifică acestei discipline de studiu.	Evaluare formativă, orală – discuția dirijată - aprecierea activismului, implicarea și participarea la dialog.	10
- în timpul activității practice	Întocmirea și prezentarea unui referat/ eseu/ proiect din tematica disciplinei. Abilitatea științifică de documentare, a studiilor de caz abordate, noutatea temei.	Evaluare formativă - punctaj obținut prin evaluarea referatului/proiectului/instrumentului de cercetare, parcurgerea bibliografiei și susținerea orală a subiectelor redacționale; punctaj pe baza unei medii a prezențelor, a participării la dezbateri, a susținerii referatului/proiectului în seminar, stabilit de comun acord.	30
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Evaluarea scrisă; Rezolvarea subiectelor de examen.	Barem de notare adus la cunoștința studenților examinați.	60
- examen practic final	-	-	0
Standard minim de performanță: Este necesară întocmirea de referat/eseu/proiect pentru acces la examen. Realizarea punctajului pentru nota 5 însumează evaluarea cunoștințelor teoretice și activitatea la seminare. Aceasta presupune participarea activă și implicarea la orele de curs și seminar, susținerea materialelor redacționale și rezolvarea a minimum jumătate dintre subiectele supuse examinării.			

11. Orar consultații studenți

Conf dr Pașca Maria-Dorina	Marti, 10-12
----------------------------	--------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Introducere în marketing			
2.2 Titularul activităților de curs: Conf dr Niță Aurel-Mircea			
2.3 Titularul activităților practice:			
2.4 Anul de studii: III	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: E	2.7 Regimul disciplinei: Opt

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 6	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 42	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 12		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 12		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 12		
- tutorial: 8		
- examinări: 7		
- alte activități: 7		
3.8 Total ore de studiu individual: 58		
3.9 Total ore pe semestru: 100		
3.10 Număr de credite: 4		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum: Comunicare
4.2 de competențe: Înțelegerea fenomenului economic la nivel macro și micro

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: Video-proiector, laptop, planșe, acces Internet, cont student O365 & Blackboard
5.2 a activităților practice: Video-proiector, laptop, planșe, acces Internet, cont student O365 & Blackboard, materiale suport fizic & digital

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: CP 2.1 Identificarea și înțelegerea teoriilor cu privire la gestiunea informațiilor, comunicarea mediatică, sistemele media, dinamica acestora și la efectele comunicării mediatice. CP 3.2 Tratatul comunicării și a publicului/ audienței din perspectiva unor parametri specifici domeniului. CP 4.3 Utilizarea unor cadre metodologice adecvate realizării unui produs de RP.
6.2 transversale: CT1. Rezolvarea în mod realist, cu argumentare atât teoretică, cât și practică, a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora; CT2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice;
6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:

Înțelegerea importanței consumatorului în economia de piață, formarea cererii, cunoașterea și gestionarea elementelor mix-ului de marketing.

7.2 Obiective specifice:

Analiza-diagnostic a mediului de marketing, cunoașterea pieței, demersul de segmentare a consumatorilor și poziționare, descrierea profilului cumpărătorului potențial, calcularea cotelor de piață și descrierea poziției concurențiale, realizarea de cercetări directe și indirecte, cunoașterea politicilor de produs, distribuție, promovare și preț

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Marketingul și rolul său în economie - Conceptul de marketing, Evoluția marketingului, Atitudinea de marketing, Funcțiile marketingului, Domenii de aplicare a marketingului.	expunerea, problematizarea, argumentarea	-	-	2
2	Mediul de marketing al organizației - Conceptul de mediu demarketingului și influențele sale, Micromediul de marketing, Macromediul de marketing, Diagnosticul strategic de mediu.	expunerea, problematizarea, argumentarea	-	-	4
3	Piața în abordarea de marketing - Procesul de formare a cererii, Tipuri de piață, dimensionarea piețelor, Fenomenul de segmentare și implicațiile sale, Opțiuni strategice în funcție de segmentele țintă.	expunerea, problematizarea, argumentarea	-	-	4
4	Cercetarea de marketing - Cercetarea și sistemul informațional demarketing, Metode și tehnici fundamentale de cercetare, Chestionarul- suportul studiului de marketing.	expunerea, problematizarea, argumentarea	-	-	2
5	Comportamentul consumatorului - Consumul-sfarșit și început al fenomenului economic, Nevoile – elemente determinate ale motivației consumatorului, Factorii de influență a comportamentului consumatorului, Procesul de luare a deciziei de cumpărare a unui produs, Specificul cumpărătorilor organizaționali.	expunerea, problematizarea, argumentarea	-	-	4
6	Conceptul și politica de produs – Produsul - dimensiunea holistică, Importanța mărcii și brandingul, Ciclul de viață al produselor – abordări și implicații, Alternative în politica de produs.	expunerea, problematizarea, argumentarea	-	-	4
7	Politica de distribuție - Distribuția – plasarea produselor în spațiu și timp, Canalul de distribuție, Importanța intermediarilor, Serviciile logistice.	expunerea, problematizarea, argumentarea	-	-	2
8	Promovarea și conceptul de comunicare integrată - Rolul promovării în mix-ul de marketing, Mix-ul de comunicare - Reclamă & Publicitate, Promovarea vânzărilor, PR, Vânzarea personală, Avantajele și riscurile mijloacelor de promovare, Elemente de e-marketing	expunerea, problematizarea, argumentarea	-	-	4
9	Politica de preț – Relația preț-valoare, Obiectivele și opțiunile urmărite prin preț Factorii de influență a deciziilor cu privire la preț, Sensibilitatea consumatorilor la preț.	expunerea, problematizarea, argumentarea	-	-	2

Bibliografie

Niță A., M., Marketing public, Editura PROUNIVERSITARIA, București, 2015;
 Niță A., M., Strategii de comunicare și marketing, Editura PROUNIVERSITARIA, București, 2017;
 Ciucan-Rusu, L., Marketing – Note de curs, UMFST GE Palade Tg.Mures, 2019;
 Culegere de teste pentru licența, UMFST GE Palade Tg.Mures, 2019;
 Kotler, P.; Armstrong, G., Principles of Marketing 17 th ed, Pearson, 2017;
 Prutianu, Ș.; Anastasiei, B.; Jijie, T., Cercetarea de marketing, Polirom, București, 2005;
 Marder, E., Comportamentul Consumatorilor, Teora, București, 2002;
 Blythe, J., Comportamentul consumatorului, Teora, București, 1999;
 Tripon, A.; Șimon, A.; Ciucan-Rusu, L., Agenda managerului în marketing, Petru Maior, Tîrgu-Mureș, 2003;

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
----	------	-------------------	------------	-----------------	--------

1	Atitudinea de marketing în organizații. Etica și responsabilitatea managerială. Oportunități și amenințări în mediul demarketing.	dezbateră, prezentarea	1 seminar	-	2
2	Indicatori de dimensionare a piețelor. Segmentele de piață, B2C	dezbateră, studiul de caz, exerciții	1 seminar	-	2
3	Motivația consumatorului. Analiza procesului de cumpărare a unui produs.	dezbateră, prezentarea, studiul de caz, proiect de grup	1 seminar	-	2
4	Mix-ul de marketing, elemente de analiză	dezbateră, prezentarea, studiul de caz	1 seminar	-	2
5	Ciclul de viață - implicații de business.	dezbateră, prezentarea, studiul de caz	1 seminar	-	2
6	Reclamă și publicitate - promovare online	Aplicație practică, proiect de grup	1 seminar	-	2
7	Soluții de preț pentru marketing	dezbateră, prezentarea, studiul de caz	1 seminar	-	2

Bibliografie

Niță A., M., Marketing public, Editura PROUNIVERSITARIA, București, 2015;
 Niță A., M., Strategii de comunicare și marketing, Editura PROUNIVERSITARIA, București, 2017;
 Ciucan-Rusu, L., Marketing – Note de curs, UMFST GE Palade Tg.Mures, 2019;
 Culegere de teste pentru licența, UMFST GE Palade Tg.Mures, 2019;
 Kotler, P.; Armstrong, G., Principles of Marketing 17 th ed, Pearson, 2017;
 Prutianu, Ș.; Anastasiei, B.; Jijie, T., Cercetarea de marketing, Polirom, București, 2005;
 Marder, E., Comportamentul Consumatorilor, Teora, București, 2002;
 Blythe, J., Comportamentul consumatorului, Teora, București, 1999;
 Tripon, A.; Șimon, A.; Ciucan-Rusu, L., Agenda managerului în marketing, Petru Maior, Tîrgu-Mureș, 2003;

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

Colaborare cu Asociația Absolvenților UMFST, mijlocitor de comunicare cu mediul organizațional, profesioniști invitați la curs și seminar, proiecte comune

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Definirea în mod corect a noțiunilor privind Comportamentul consumatorului, analizarea și interpretarea materialului documentar. Exprimarea și susținerea unui punct de vedere argumentat privitor la o anumită tematică sau problemă specifică acestei discipline de studiu.	Evaluare formativă, orală – discuția dirijată - aprecierea activismului, implicarea și participarea la dialog.	10
- în timpul activității practice	Întocmirea și prezentarea unui referat/ eseu/ proiect din tematica disciplinei. Abilitatea științifică de documentare, a studiilor de caz abordate, noutatea temei.	Evaluare formativă - punctaj obținut prin evaluarea referatului/proiectului/instrumentului de cercetare, parcurgerea bibliografiei și susținerea orală a subiectelor redacționale; punctaj pe baza unei medii a prezențelor, a participării la dezbateri, a susținerii referatului/proiectului în seminar, stabilit de comun acord.	30
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Evaluarea scrisă; Rezolvarea subiectelor de examen.	Barem de notare adus la cunoștința studenților examinați.	60
- examen practic final	-	-	0

Standard minim de performanță:

Este necesară întocmirea de referat/eseu/proiect pentru acces la examen. Realizarea punctajului pentru nota 5 însumează evaluarea cunoștințelor teoretice și activitatea la seminare. Aceasta presupune participarea activă și implicarea la orele de curs și seminar, susținerea materialelor redacționale și rezolvarea a minimum jumătate dintre subiectele supuse examinării.

11. Orar consultații studenți

Conf dr Niță Aurel-Mircea	
---------------------------	--

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Comportamentul consumatorului			
2.2 Titularul activităților de curs: Lect dr Pașcan Emil-Marius			
2.3 Titularul activităților practice: lect. dr. Marius Pașcan			
2.4 Anul de studii: III	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: E	2.7 Regimul disciplinei: Opt

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 6	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 42	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 12		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 12		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 12		
- tutorial: 8		
- examinări: 7		
- alte activități: 7		
3.8 Total ore de studiu individual: 58		
3.9 Total ore pe semestru: 100		
3.10 Număr de credite: 4		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: Sala amenajată cu aparatură și suport multimedia
5.2 a activităților practice: Sala amenajată cu aparatură și suport multimedia

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: CP1. Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării; CP 1.1 Definirea principalelor concepte specifice domeniului, utilizarea lor și a terminologiei de specialitate în situații multiple CP 2. Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC); CP 2.1 Identificarea și înțelegerea teoriilor cu privire la gestiunea informațiilor, comunicarea mediatică, sistemele media, dinamica acestora și la efectele comunicării mediatice. CP 2.2 Identificarea particularităților utilizării specializate a diverselor tipuri media în comunicare. CP 3.4 Identificarea și utilizarea unor tehnici și indicatori relevanți pentru monitorizarea și evaluarea proceselor de comunicare.
--

CP 3.5 Elaborarea unui plan de comunicare eficientă în situații definite de comunicare publică.
 CP 4. Realizarea și promovarea unui produs de relații publice;
 CP 4.1. Identificarea conceptelor și metodelor adecvate dezvoltării unui produs de RP.
 CP 4.2 Explicarea și interpretarea unui eveniment de RP din perspectiva planificării lui strategice.
 CP 4.3 Utilizarea unor cadre metodologice adecvate realizării unui produs de RP.

6.2 transversale:

CT1. Rezolvarea în mod realist, cu argumentare atât teoretică, cât și practică, a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora;

CT2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice;

CT3. Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii.

6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:

- Cunoașterea și înțelegerea noțiunilor teoriilor subsumate domeniului comportamentului consumatorilor și recunoașterea lor în practică.
- Capacitatea de a reda și analiza critic conceptele importante specifice comportamentului consumatorului și de a explica necesitatea aplicării strategiilor de modelare a comportamentului consumatorului.
- Interpretarea noțiunii teoriei motivației, resorturile motivaționale ale comportamentului de consum;
- Principalele scheme și modele ale comportamentului consumatorului existente în literatura de specialitate;
- Înțelegerea motivelor care conduc la efectuarea/neefectuarea actului de cumpărare;

7.2 Obiective specifice:

- Înțelegerea factorilor interni și externi care exercită o influență determinantă asupra comportamentului de cumpărare al indivizilor;
- Înțelegerea modului de utilizare a instrumentelor și tehnicilor specifice măsurării comportamentului consumatorului;
- Explicarea legăturilor existente între comportamentul consumatorului și stilul de viață; comportamentul consumatorului și valoarea
- capitalizată în marcă;
- Analiza studiilor comportamentale efectuate pe diverse piețe și produse destinate consumului.

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Introducere în comportamentul consumatorului; Concepte de bază: Consumator. Cumpărător, Plătitor.	Prelegeri, cursuri interactive, dezbateri tematice.	-	-	2
2	Nevoi și dorințe ale consumatorului.	Prelegeri, cursuri interactive, dezbateri tematice.	-	-	2
3	Personalitatea și imaginea de sine.	Prelegeri, cursuri interactive, dezbateri tematice.	-	-	2
4	Atitudini și preferințe. Învățarea.	Prelegeri, cursuri interactive, dezbateri tematice.	-	-	2
5	Factorii personali care influențează comportamentul de consum.	Prelegeri, cursuri interactive, dezbateri tematice.	-	-	2
6	Stilul de viață și grupurile sociale.	Prelegeri, cursuri interactive, dezbateri tematice.	-	-	2
7	Clasele sociale și mediul cultural.	Prelegeri, cursuri interactive, dezbateri tematice.	-	-	2
8	Factorii exogeni.	Prelegeri, cursuri interactive, dezbateri tematice.	-	-	2
9	Mass-media și comportamentul consumatorului.	Prelegeri, cursuri interactive, dezbateri tematice.	-	-	2

10	Procesul de cumpărare.	Prelegeri, cursuri interactive, dezbateri tematice.	-	-	2
11	Posibilități ale modelării.	Prelegeri, cursuri interactive, dezbateri tematice.	-	-	2
12	Studierea activităților comerciale.	Prelegeri, cursuri interactive, dezbateri tematice.	-	-	2
13	Influențe socio-culturale. Influența grupurilor. Influența familiei.	Prelegeri, cursuri interactive, dezbateri tematice.	-	-	2
14	Consumatorii și piața serviciilor. Consumatorul organizațional.	Prelegeri, cursuri interactive, dezbateri tematice.	-	-	2

Bibliografie

Niță A., M., Marketing public, Editura PROUNIVERSITARIA, București, 2015;
Niță A., M., Strategii de comunicare și marketing, Editura PROUNIVERSITARIA, București, 2017;
Dobre, C., Comportamentul consumatorului și practica de marketing, Ed. Mirton, Timișoara, 2005
Iliescu, Dragoș, Petre, Dan, Psihologia reclamei și a consumatorului, Editura Comunicare.ro, București, 2010
GRIGORAȘ, M. Marketingul societal ca componentă a responsabilității sociale corporative. Chișinău: Print-Caro, 2014
Cătălin Mihail Barbu, Dorian Laurențiu Florea, Radu Florin Ogarcă și Mihai Constantin Răzvan Barbu - DE LA PROPRIETATE LA ÎNTREBUINȚARE: SCHIMBAREA COMPORTAMENTULUI CONSUMATORULUI ÎN ECONOMIA PARTAJATĂ, Universitatea din Craiova, România și Universidad Anáhuac México Sur, Mexico City, Mexic, în publicația „Amfiteatru economic”, 2018
https://www.amfiteatruconomic.ro/temp/Articol_2725.pdf
Maria HĂMURARU, Viorelia ZAHARCO - IMPACTUL FACTORILOR VARIAȚIILOR INTERCULTURALE GLOBALE ÎN ELABORAREA STRATEGIEI DE MARKETING, Universitatea se stat din Moldova, în „Problemele socioeconomice ale Republicii Moldova: reflecții, sugestii”, Vol.5, 2020
https://ibn.idsi.md/vizualizare_articol/118233
SUSLENCO, Alina, Movilă, Irina - ROLUL STRATEGIILOR PROMOȚIONALE ÎN AMPLIFICAREA COMPORTAMENTULUI CONSUMATORULUI LA PUNCTUL DE VÂNZARE, Universitatea de Stat „Alec Russo”, Bălți, Republica Moldova, 2021
https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/129-135_7.pdf

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Introducere. Stabilirea detaliilor organizării activității	Exerciții interactive, discuție colectivă, aplicații practice	-	-	2
2	Cercetarea calitativă și cantitativă a comportamentului consumatorului. Test antropomorfic. Metoda asocierii mentale spontane. Chestionarul.	Exerciții interactive, discuție colectivă, aplicații practice	-	-	2
3	Percepția consumatorilor	Exerciții interactive, discuție colectivă, aplicații practice	-	-	2
4	Influența reclamelor pe diverse suporturi publicitare asupra comportamentului de cumpărare - dezbateri pe marginea creațiilor publicitare	Exerciții interactive, discuție colectivă, aplicații practice	-	-	2
5	Rolul promoțiilor în decizia de cumpărare	Exerciții interactive, discuție colectivă, aplicații practice	-	-	2
6	Loialitatea consumatorului, imaginea și reputația mărcilor românești - dezbateri	Exerciții interactive, discuție colectivă, aplicații practice	-	-	2
7	Analiza segmentării consumatorilor și fidelizarea	Exerciții interactive, discuție colectivă, aplicații practice	-	-	2

Bibliografie

Niță A., M., Marketing public, Editura PROUNIVERSITARIA, București, 2015;
Niță A., M., Strategii de comunicare și marketing, Editura PROUNIVERSITARIA, București, 2017;
Iliescu, D., Petre, D., Psihologia reclamei și a consumatorului, Comunicare.ro, București, 2004

Lindstrom, Martin, Buyology: adevăruri și minciuni despre motivele pentru care cumpărăm, Editura Publica, București, 2010

Gueguen Nicolas - Psihologia consumatorului. Factorii care ne influențează comportamentul de consum - Ed. Polirom, 2006

Hill, Dan, Emotionomics. Cum să câștigi mințile și inimile oamenilor, Editura Publica, București, 2010

Radu, Emilia - INFLUENȚA SURSELOR DE INFORMARE ONLINE ASUPRA COMPORTAMENTULUI DE CONSUM, Academia de Studii Economice din București, 2018

https://mpira.ub.uni-muenchen.de/86858/1/MPRA_paper_86858.pdf

REMEȘOVSCI, Natalia - Abordarea comportamentului consumatorului sub aspectul evoluției conceptului, ASEM, Revista / Journal „ECONOMICA” nr.1 (103) 2018, 2018

https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/Abordarea%20comportamentului%20consumatorului%20sub%20aspectul%20evolutiei%20conceptului.pdf

Liliana VICOL, Impactul comunicării publicitare în comportamentul consumatorilor, în „25 de ani de reformă economică în Republica Moldova: prin inovare și competitivitate spre progres economic Vol.2, 2016

https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/106-110.pdf

HĂMURARU MARIA, BUZDUGAN ADRIANA - Tendințele comportamentului consumatorului în noua economie, în Paradigme moderne în dezvoltarea economiei naționale și mondiale 2018

https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/34-40_3.pdf

Maria GRIGORAȘ, ANALIZA COMPORTAMENTULUI CONSUMATORULUI DE CARNE PE PIAȚA AUTOHTONĂ, UASM, 2018

http://89.32.237.114/bitstream/handle/123456789/6496/grigoras_83_91.pdf?sequence=1&isAllowed=y

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

Cursul este conceput în conformitate cu prevederile standardelor ocupaționale (vezi CNFPA-Standarde ocupaționale) elaborate de practicieni.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Definirea în mod corect a noțiunilor privind Comportamentul consumatorului, analizarea și interpretarea materialului documentar. Exprimarea și susținerea unui punct de vedere argumentat privitor la o anumită tematică sau problemă specifică acestei discipline de studiu.	Evaluare formativă, orală – discuția dirijată - aprecierea activismului, implicarea și participarea la dialog.	10
- în timpul activității practice	Întocmirea și prezentarea unui referat/ eseu/ proiect din tematica disciplinei. Abilitatea științifică de documentare, a studiilor de caz abordate, noutatea temei.	Evaluare formativă - punctaj obținut prin evaluarea referatului/proiectului/instrumentului de cercetare, parcurgerea bibliografiei și susținerea orală a subiectelor redacționale; punctaj pe baza unei medii a prezențelor, a participării la dezbateri, a susținerii referatului/proiectului în seminar, stabilit de comun acord.	30
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Evaluarea scrisă; Rezolvarea subiectelor de examen.	Barem de notare adus la cunoștința studenților examinați.	60
- examen practic final	-	-	0

Standard minim de performanță:

Este necesară întocmirea de referat/eseu/proiect pentru acces la examen. Realizarea punctajului pentru nota 5 însumează evaluarea cunoștințelor teoretice și activitatea la seminar. Aceasta presupune participarea activă și implicarea la orele de curs și seminar, susținerea materialelor redacționale și rezolvarea a minimum jumătate dintre subiectele supuse examinării.

11. Orar consultații studenți

Lect dr Pașcan Emil-Marius În fiecare zi de miercuri a săptămânii, între orele 14-16.

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Limba latină			
2.2 Titularul activităților de curs:			
2.3 Titularul activităților practice:			
2.4 Anul de studii: III	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: E	2.7 Regimul disciplinei: Fac

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 6	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 42	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe:		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren:		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri:		
- tutorial:		
- examinări:		
- alte activități:		
3.8 Total ore de studiu individual: 83		
3.9 Total ore pe semestru: 125		
3.10 Număr de credite: 5		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
•
4.2 de competențe:
•

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
•cablu, proiector, laptop
5.2 a activităților practice:
•dicționar latin-român(on-linea, varianta print); textul latin supus spre cercetare

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
•Definirea conceptelor de limbă sintetică, limbă analitică, de morfologie și sintaxă, echivalenți în limbile latină- limbile romanice (selectiv/ unde evoluția științelor o impune); formarea unor competențe de cercetare interdisciplinară a științelor din domeniul limbii și literaturii române/ universale, a esteticii, în general, a limbilor clasice, în special.
• Abordarea științifică, dintr-o perspectivă analitică a conceptelor lingvistice din domeniul limbii latine, al terminologiei literare, al hermeneuticii și culturii.
Abordarea din perspectivă funcțională și descriptiv-lingvistică, a evoluției științelor limbii (evolutiv, contrastiv- de la limba latină la limba română).
• General și particular în limba latină și în limba română.
• Normă și uz în latina clasică și în varianta populară a limbii latine. Corelații cu limba română

6.2 transversale: Utilizarea / cunoașterea textelor literare latine, a scriitorilor, a componentelor de traducere - în deplină concordanță cu etica profesională. Limba latină concură la formarea competențelor de formulare logică a ideilor, de scriere corectă în limba română
6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general: Obiectiv general • Formarea competențelor de traducere din limba latină.
7.2 Obiective specifice: Obiective specifice • Formarea competențelor de cercetare a izvoarelor scrise • Formarea deprinderilor de cercetare contrastivă a limbii, culturii latine vs a limbii române, a terminologiei științifice actuale.

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Elemente de fonetică și fonologie; analiza suprasegmentală Mitul întemeierii Romei(eseu)	Aplicativ, analiza , comparația. tehnici de traducere a părții de vorbire studiate, din limba latină în limba română	limbă latină, cultură și civilizație	cablu, proiector, laptop; dicționar latin-român(on-linea, varianta print); textul latin	1
2	Sistemul fonetico-fonologic al limbii latine vs. limbii române. Literatura populară:cântece, naenia, carmen convivalia etc(eseu)	Aplicativ, analiza , comparația. tehnici de traducere a părții de vorbire studiate, din limba latină în limba română	limbă latină, cultură și civilizație	cablu, proiector, laptop; dicționar latin-român(on-linea, varianta print); textul latin	1
3	Flexiunea nominală (substantivul, adjectivul); Viața si obiceiurile: religia romană(eseu)	Aplicativ, analiza , comparația. tehnici de traducere a părții de vorbire studiate, din limba latină în limba română	limbă latină, cultură și civilizație	cablu, proiector, laptop; dicționar latin-român(on-linea, varianta print); textul latin	1
4	Grupul nominal (acordul) Viața și obiceiurile: individul în societate. (eseu)	Aplicativ, analiza , comparația. tehnici de traducere a părții de vorbire studiate, din limba latină în limba română	limbă latină, cultură și civilizație	cablu, proiector, laptop; dicționar latin-român(on-linea, varianta print); textul latin	1
5	Funcții sintactice la nivelul GN: SB, NP. Viața și obiceiurile: familia și riturile sale(eseu)	Aplicativ, analiza , comparația. tehnici de traducere a părții de vorbire studiate, din limba latină în limba română	limbă latină, cultură și civilizație	cablu, proiector, laptop; dicționar latin-român(on-linea, varianta print); textul latin	1
6	Flexiunea pronominală Viața și legile: dreptul roman(eseu)	Aplicativ, analiza , comparația. tehnici de traducere a părții de vorbire studiate, din limba latină în limba română	limbă latină, cultură și civilizație	cablu, proiector, laptop; dicționar latin-român(on-linea, varianta print); textul latin	1
7	Funcții sintactice la nivelul grupului pronominal Viața si artele: Teatrul roman. Concepte și termeni care au supraviețuit în literatura europeană(eseu)	Aplicativ, analiza , comparația. tehnici de traducere a părții de vorbire studiate, din limba latină în limba română	limbă latină, cultură și civilizație	cablu, proiector, laptop; dicționar latin-român(on-linea, varianta print); textul latin	1

8	Flexiunea verbală (modul, timpul, diateza etc). Plautus si comedia latină. Teme si motive care au supraviețuit in literatura europeană(eseu)	Aplicativ, analiza , comparația. tehnici de traducere a părții de vorbire studiate, din limba latină în limba română	limbă latină, cultură și civilizație	cablu, proiector, laptop; dicționar latin-român(on-linea, varianta print); textul latin	1
9	Verbele copulative: sum, esse, fui. Cuceritorii: Armata romană. Soldatul sub arme (eseu)	Aplicativ, analiza , comparația. tehnici de traducere a părții de vorbire studiate, din limba latină în limba română	limbă latină, cultură și civilizație	cablu, proiector, laptop; dicționar latin-român(on-linea, varianta print); textul latin	1
10	Verbul: tipologie (copulativ, predicativ etc). Grupul verbal. Terențius și teatrul latin (eseu)	Aplicativ, analiza , comparația. tehnici de traducere a părții de vorbire studiate, din limba latină în limba română	limbă latină, cultură și civilizație	cablu, proiector, laptop; dicționar latin-român(on-linea, varianta print); textul latin	1
11	Funcții sintactice la nivelul GV. - PV, PN. Viața și artele: Vergilius, Eneida, opera. Concepte și termeni care au supraviețuit în literatura europeană (eseu)	Aplicativ, analiza , comparația. tehnici de traducere a părții de vorbire studiate, din limba latină în limba română	limbă latină, cultură și civilizație	cablu, proiector, laptop; dicționar latin-român(on-linea, varianta print); textul latin	1
12	Numeralul (flexiune, taxonomie, acord).Funcții sintactice la nivelul GN. Viața și artele:limba latină, vehicul al civilizației (eseu)	Aplicativ, analiza , comparația. tehnici de traducere a părții de vorbire studiate, din limba latină în limba română	limbă latină, cultură și civilizație	cablu, proiector, laptop; dicționar latin-român(on-linea, varianta print); textul latin	1
13	Sistemul de numărare - relația cu istoria Europei de sud-est/ a Europei Occidentale. Viața și artele:teatrul și retorica. Rolul retoricii în dinamica discursului modern.(eseu)	Aplicativ, analiza , comparația. tehnici de traducere a părții de vorbire studiate, din limba latină în limba română	limbă latină, cultură și civilizație	cablu, proiector, laptop; dicționar latin-român(on-linea, varianta print); textul latin	1
14	Numerele și datele istoriei- corelații, explicitare. Viața și artele: Arhitectura romană (eseu)	Aplicativ, analiza , comparația. tehnici de traducere a părții de vorbire studiate, din limba latină în limba română	limbă latină, cultură și civilizație	cablu, proiector, laptop; dicționar latin-român(on-linea, varianta print); textul latin	1
15	Fraza în limba latină. Viața și artele: Sculptura si pictura (eseu)	Aplicativ, analiza , comparația. tehnici de traducere a părții de vorbire studiate, din limba latină în limba română	limbă latină, cultură și civilizație	cablu, proiector, laptop; dicționar latin-român(on-linea, varianta print); textul latin	1
16	Elemente de relație în limba latină (conjunția). Estetica Antichității latine: Horatius, Epistulă pentru Pisoni (eseu)	Aplicativ, analiza , comparația. tehnici de traducere a părții de vorbire studiate, din limba latină în limba română	limbă latină, cultură și civilizație	cablu, proiector, laptop; dicționar latin-român(on-linea, varianta print); textul latin	1
17	Construcții infinitivale, gerunziale, ablativ absolut. Casa romană și împrejurimile, de la gospodăria rustică la vila elegantă (eseu)	Aplicativ, analiza , comparația. tehnici de traducere a părții de vorbire studiate, din limba latină în limba română	limbă latină, cultură și civilizație	cablu, proiector, laptop; dicționar latin-român(on-linea, varianta print); textul latin	1
18	Fonetică și fonologie(1 oră).Aplicații pe textul latin; Lucretius, omul și opera (eseu)	Aplicativ, analiza , comparația. tehnici de traducere a părții de vorbire studiate, din limba latină în limba română	limbă latină, cultură și civilizație	cablu, proiector, laptop; dicționar latin-român(on-linea, varianta print);	1

				textul latin	
19	Lexicul neologic (cu aplicație pe substantiv) și terminologia din domeniul teoriei literare Ovidius, omul și opera (eseu)	Aplicativ, analiza, comparația. tehnici de traducere a părții de vorbire studiate, din limba latină în limba română	limbă latină, cultură și civilizație	cablu, proiector, laptop; dicționar latin-român (on-linea, varianta print); textul latin	1
20	Lexicul neologic și terminologia din domeniul gramaticii (cu aplicație pe substantiv, adjectiv) Cicero și discursul latin (eseu)	Aplicativ, analiza, comparația. tehnici de traducere a părții de vorbire studiate, din limba latină în limba română	limbă latină, cultură și civilizație	cablu, proiector, laptop; dicționar latin-român (on-linea, varianta print); textul latin	1
21	Lexicul neologic și terminologia din domeniul esteticii (cu aplicație pe pronume) Literatura istorică latină: Cicero, Traian (eseu)	Aplicativ, analiza, comparația. tehnici de traducere a părții de vorbire studiate, din limba latină în limba română	limbă latină, cultură și civilizație	cablu, proiector, laptop; dicționar latin-român (on-linea, varianta print); textul latin	1
22	Formarea cuvintelor în limba latină (comparativ pe textul latinei clasice și pe limba inscripțiilor) Termele și apeductele romane (eseu)	Aplicativ, analiza, comparația. tehnici de traducere a părții de vorbire studiate, din limba latină în limba română	limbă latină, cultură și civilizație	cablu, proiector, laptop; dicționar latin-român (on-linea, varianta print); textul latin	1
23	Prefixe, sufixe și sensul acestora, în limbajul istoriei Învățământul la romani: școala, elevul, dăcălul, cicluri de educație, discipline de studiu (eseu)	Aplicativ, analiza, comparația. tehnici de traducere a părții de vorbire studiate, din limba latină în limba română	limbă latină, cultură și civilizație	cablu, proiector, laptop; dicționar latin-român (on-linea, varianta print); textul latin	1
24	Prefixoide/sufixoide și sensul acestora Viața publică: distracțiile stadioanelor-cursele de cai, luptele de gladiatori (eseu)	Aplicativ, analiza, comparația. tehnici de traducere a părții de vorbire studiate, din limba latină în limba română	limbă latină, cultură și civilizație	cablu, proiector, laptop; dicționar latin-român (on-linea, varianta print); textul latin	1
25	Limbă sintetică/ limbă analitică: limba latină și limbile romanice Gramatici și gramaticieni latini. Varro (eseu)	Aplicativ, analiza, comparația. tehnici de traducere a părții de vorbire studiate, din limba latină în limba română	limbă latină, cultură și civilizație	cablu, proiector, laptop; dicționar latin-român (on-linea, varianta print); textul latin	1
26	Traducere de texte poetice Viața publică: Băile și mesele la romani, carmen convivalia (eseu)	Aplicativ, analiza, comparația. tehnici de traducere a părții de vorbire studiate, din limba latină în limba română	limbă latină, cultură și civilizație	cablu, proiector, laptop; dicționar latin-român (on-linea, varianta print); textul latin	1
27	Expresii, maxime și traducerea acestora Perioade de dezvoltare a limbii latine și caracteristicile acestora (eseu)	Aplicativ, analiza, comparația. tehnici de traducere a părții de vorbire studiate, din limba latină în limba română	limbă latină, cultură și civilizație	cablu, proiector, laptop; dicționar latin-român (on-linea, varianta print); textul latin	1
28	colocviu	Aplicativ, analiza, comparația. tehnici de traducere a părții de vorbire studiate, din limba latină în limba română	limbă latină, cultură și civilizație	cablu, proiector, laptop; dicționar latin-român (on-linea, varianta print); textul latin	1

Bibliografie

Bibliografie

[1] Bujor, Chiriac, Gramatica limbii latine, ed. II, Buc. 1971.

[2] Butiurca Doina, Limba latină (curs litografiat), Tg. Mures, 2009.

- [3] Felecan, Oliviu// Felecan, Nicolae, Limba latină, Cluj-Napoca, Editura Mega 2008.
 [4] Flaiser, Mariana, Curs de limba latină, Iași, Casa Editorială Demiurg, 2007.
 [5] Fotea M., Mic dicționar... , Iași, Universitas XXI, 2002.
 [6] Granobs, Roland; Jürgen Reinsbach, Limba latină, Gramatică, București, All Educational, 1999.
 [7] Grimal, Pierre, Civilizația romană I-II, traducere și note de Eugen Cizek, București, Minerva, 1973.
 [8] Istoria literaturii latine, coord.N.I.Barbu, București, EDP.
 [9] Gh. Duțu, Dicționar latin –român, 2003, Buc.

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Elemente de fonetică și fonologie - aplicativ Mitul întemeierii Romei(eseu) De la Republică la Imperiu a galii și samiții;războiul împotriva Greciei; războaiele punico;Vespasian, Antonini, agonia Imperiului(eseu)	Aplicativ, analiza , comparația. tehnici de traducere a părții de vorbire studiate, din limba latină în limba română	limbă latină, cultură și civilizație	cablu, proiector, laptop; dicționar latin-român(on-linea, varianta print); textul latin	1
2	Substantivul, traducere, aplicatie Viața si obiceiurile: religia romană(eseu). Viața și obiceiurile: individul în societate(eseu)	Aplicativ, analiza , comparația. tehnici de traducere a părții de vorbire studiate, din limba latină în limba română	limbă latină, cultură și civilizație	cablu, proiector, laptop; dicționar latin-român(on-linea, varianta print); textul latin	1
3	Substantivul și adjectivul(acordul)traducere, aplicatie Viața și obiceiurile: familia și riturile sale(eseu) Viața și legile: dreptul roman(eseu)	Aplicativ, analiza , comparația. tehnici de traducere a părții de vorbire studiate, din limba latină în limba română	limbă latină, cultură și civilizație	cablu, proiector, laptop; dicționar latin-român(on-linea, varianta print); textul latin	1
4	Adjectivul, traducere, aplicatie	Aplicativ, analiza , comparația. tehnici de traducere a părții de vorbire studiate, din limba latină în limba română	limbă latină, cultură și civilizație	cablu, proiector, laptop; dicționar latin-român(on-linea, varianta print); textul latin	1
5	Pronumele, traducere si interpretare	Aplicativ, analiza , comparația. tehnici de traducere a părții de vorbire studiate, din limba latină în limba română	limbă latină, cultură și civilizație	cablu, proiector, laptop; dicționar latin-român(on-linea, varianta print); textul latin	1
6	Pronumele nepersonale, traducere si interpretare	Aplicativ, analiza , comparația. tehnici de traducere a părții de vorbire studiate, din limba latină în limba română	limbă latină, cultură și civilizație	cablu, proiector, laptop; dicționar latin-român(on-linea, varianta print); textul latin	1
7	Numeralul, traducere si interpretare	Aplicativ, analiza , comparația. tehnici de traducere a părții de vorbire studiate, din limba latină în limba română	limbă latină, cultură și civilizație	cablu, proiector, laptop; dicționar latin-român(on-linea, varianta print); textul latin	1
8	Verbul copulativ, traducere, excepții	Aplicativ, analiza , comparația. tehnici de traducere a părții de vorbire studiate, din limba latină în limba română	limbă latină, cultură și civilizație	cablu, proiector, laptop; dicționar latin-român(on-linea, varianta print); textul latin	1

9	Verbul predicativ, aspecte controversate; creația lexicală	Aplicativ, analiza , comparația. tehnici de traducere a părții de vorbire studiate, din limba latină în limba română	limbă latină, cultură și civilizație	cablu, proiector, laptop; dicționar latin-român(on-linea, varianta print); textul latin	1
10	Adverbul, traducere si analiză	Aplicativ, analiza , comparația. tehnici de traducere a părții de vorbire studiate, din limba latină în limba română	limbă latină, cultură și civilizație	cablu, proiector, laptop; dicționar latin-român(on-linea, varianta print); textul latin	1
11	Elemente de coordonare si subordonare în limba latină. Aplicație funcțională	Aplicativ, analiza , comparația. tehnici de traducere a părții de vorbire studiate, din limba latină în limba română	limbă latină, cultură și civilizație	cablu, proiector, laptop; dicționar latin-român(on-linea, varianta print); textul latin	1
12	Fraza	Aplicativ, analiza , comparația. tehnici de traducere a părții de vorbire studiate, din limba latină în limba română	limbă latină, cultură și civilizație	cablu, proiector, laptop; dicționar latin-român(on-linea, varianta print); textul latin	1
13	subiectul și numele predicativ, Atributul și complementul. Propozitii subordonate corespunzătoare	Aplicativ, analiza , comparația. tehnici de traducere a părții de vorbire studiate, din limba latină în limba română	limbă latină, cultură și civilizație	cablu, proiector, laptop; dicționar latin-român(on-linea, varianta print); textul latin	1
14	Construcțiile limbii latine	Aplicativ, analiza , comparația. tehnici de traducere a părții de vorbire studiate, din limba latină în limba română	limbă latină, cultură și civilizație	cablu, proiector, laptop; dicționar latin-român(on-linea, varianta print); textul latin	1
Bibliografie Pierre Grimal, Civilizația romană I, II, Editura Minerva, Cultură generală, 1965					

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

Formarea competențelor pentru activitatea didactică din învățământul preuniversitar si universitar.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	evaluarea conceptelor fundamentale de limbă latină	test scris	25
- în timpul activității practice	Competențe de traducere	oral	25
Evaluare finală			
- examen teoretic final	-	-	0
- examen practic final	competențe de traducere, portofoliu, concepte fundamentale	examen scris	50
Standard minim de performanță: stapanirea concepătelor fundamentale ale disciplinei; traducere			

11. Orar consultații studenți

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Comunicare interculturală			
2.2 Titularul activităților de curs: Lect dr Pașcan Emil-Marius			
2.3 Titularul activităților practice: lect. dr. Marius Pașcan			
2.4 Anul de studii: III	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: E	2.7 Regimul disciplinei: Obl

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 4	3.2 din care curs: 2	3.3 activități practice: 2
3.4 Total ore din planul de învățământ: 28	3.5 din care curs: 14	3.6 activități practice: 14
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 41		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 40		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 40		
- tutorial:		
- examinări: 1		
- alte activități:		
3.8 Total ore de studiu individual: 122		
3.9 Total ore pe semestru: 150		
3.10 Număr de credite: 6		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
Sala cu aparatură și suport multimedia.
5.2 a activităților practice:
Sala cu aparatură și suport multimedia.

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
CP1. Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării, respectiv comunicării interculturale;
CP 1.1 Definirea principalelor concepte specifice domeniului, utilizarea lor și a terminologiei de specialitate în situații multiple
CP 1.2 Explicarea conceptuală a situațiilor de comunicare și a problemelor de specialitate în domeniu.
CP 1.3 Aplicarea principiilor deontologice și a normelor etice care stau la baza organizării și funcționării activităților specifice domeniului de specialitate, descrierea modului de organizare a profesiei și a valorilor acesteia.

6.2 transversale:

CT1. Rezolvarea în mod realist, cu argumentare atât teoretică, cât și practică, a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora;

CT2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice;

CT3. Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii.

6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:

Cursul analizează schimbarea paradigmelor culturale în secolul XX (cu accent pe știință, artă, filosofie și comunicare), raportul dintre societăți, mentalități și tipuri de cultură, semnificația culturii ca sursă a dezvoltării în societățile contemporane. În cadrul unor teme clasice (unitate și diversitate, național și universal în cultură), cursul abordează și probleme intens dezbătute astăzi („conflictul civilizațiilor”, raportul dintre identitățile culturale și procesul de integrare europeană, personalitatea culturilor naționale în lumea globalizării).

7.2 Obiective specifice:

Cultura reprezintă un sistem de valori referențial, prin raportare la o specificitate, la individ dar și la grup, comunitate, popor, națiune ș.a. Sunt evidențiate teorii asupra raportului dintre cultură și civilizație, cultură și natură, criza valorilor lumii moderne, globalizare economică și identitate culturală, cunoașterea unor aspecte relevante ale culturii contemporane și comunicarea subsumată acesteia.

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Obiect de studiu și scurt istoric al disciplinei Comunicare interculturală.	Prelegere	-	-	2
2	Elementele și specificul comunicării interculturale.	Prelegere	-	-	2
3	Limbajele comunicării interculturale.	Prelegere	-	-	2
4	Etnocentrismul și derapajele comunicării interculturale.	Prelegere	-	-	2
5	Spatiul și timpul în comunicarea interculturală.	Prelegere	-	-	2
6	Variabile și diferențe culturale.	Prelegere	-	-	2
7	Dialogul dintre culturi.	Prelegere	-	-	2

Bibliografie

Silvia Popescu - Comunicarea interculturală. Paradigmă pentru managementul diversității, Prefață de Teodor Dima, Editura Institutul European, Iași 2013

Adrian LESENCIUC, Teorii ale comunicării, Editura Academiei Forțelor Aeriene „Henri Coandă”, Brașov – 2017 – Cap. V. Modele și teorii ale comunicării interculturale - pp 249-278

Georgiu Grigore, CULTURAL DIFFERENCES IN GLOBAL AGE - article, Cogito-Multidisciplinary research Journal, nr. 4, Editura Pro Universitaria, 2014

Stela Spînu, Comunicarea interculturală: delimitări conceptuale, studiu, 2018
https://www.researchgate.net/publication/341163887_COMUNICAREA_INTERCULTURALA_DELIMITARI_CONCEPTUALE

Constantin Cucos - Educația. Dimensiuni culturale și interculturale, Editura Polirom, Iași, 2000

Neuliep, J.W., 2017. Intercultural Communication: A Contextual Approach. 7th ed. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.

Gudykunst, W.B., ed., 2005. Theorizing About Intercultural Communication. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Conceptul de cultură și comunicarea interculturală	Lecturi, dezbateri, aplicații	-	-	2
2	Elemente perceptuale	Lecturi, dezbateri, aplicații, exerciții	-	-	2
3	Limbajul verbal, comunicare, cultură.	Lecturi, dezbateri, aplicații, exerciții	-	-	2

4	Limbajul verbal ca discurs cultural.	Lecturi, debateri, aplicații, exerciții	-	-	2
5	Limbajul nonverbal și comunicarea interculturală.	Lecturi, debateri, aplicații, exerciții	-	-	2
6	Spațiul și timpul în comunicarea interculturală.	Lecturi, debateri, aplicații, exerciții	-	-	2
7	Prejudecăți și stereotipuri în comunicarea interculturală	Lecturi, debateri, aplicații, exerciții	-	-	2

Bibliografie

Adrian LESENCIUC, Teorii ale comunicării, Editura Academiei Forțelor Aeriene „Henri Coandă”, Brașov – 2017 – Cap. V. Modele și teorii ale comunicării interculturale - pp 249-278

Stela Spînu, Comunicarea interculturală: delimitări conceptuale, studiu, 2018

https://www.researchgate.net/publication/341163887_COMUNICAREA_INTERCULTURALA_DELIMITARI_CONCEPTUALE

Michael Minkov, Gert Jan Hofstede, Geert Hofstede, Culturi și organizații. Softul mental. Cooperarea interculturală

și importanța ei pentru supraviețuire, Humanitas, 2012.

Peter Collett, Cartea gesturilor europene, Editura Trei, București, 2006

Gilles Ferreol, Guy Jucquois (coord.), Dicționarul alterității și al relațiilor interculturale, Editura Polirom, Iași, 2005

Floria, Florinela, Retorica alterității, Iași, Editura Universității „Al. I. Cuza”, 2014

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

Conținutul de predare-învățare se bazează pe cerințele de pe piața muncii vizând pregătirea pentru integrarea profesională în medii interculturale și comunicarea în cadrul instituțiilor, relațiile publice în mediul intercultural.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Definirea în mod corect a noțiunilor privind Comunicarea interculturală, analizarea și interpretarea materialului documentar și bibliografic. Exprimarea și susținerea unui punct de vedere argumentat privitor la o anumită tematică sau problematică specifică acestei discipline de studiu.	Evaluare formativă, orală – discuția dirijată - aprecierea activismului, implicarea și participarea la dialog.	10
- în timpul activității practice	Întocmirea și prezentarea unui referat/ eseu/ proiect din tematica disciplinei. Abilitatea științifică de documentare, a studiilor de caz abordate, noutatea temei.	Evaluare formativă - punctaj obținut prin evaluarea referatului/proiectului/instrumentului de cercetare, parcurgerea bibliografiei și susținerea orală a subiectelor redacționale; punctaj pe baza unei medii a prezențelor, a participării la debateri, a susținerii referatului/proiectului în seminar, stabilit de comun acord.	30
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Evaluarea scrisă; Rezolvarea subiectelor de examen.	Barem de notare adus la cunoștința studenților examinați.	60
- examen practic final	-	-	0

Standard minim de performanță:

Este necesară întocmirea de referat/eseu/proiect pentru acces la examen. Realizarea punctajului pentru nota 5 însumează evaluarea cunoștințelor teoretice și activitatea la seminare. Aceasta presupune participarea activă și implicarea la orele de curs și seminar, susținerea materialelor redacționale și rezolvarea a minimum jumătate dintre subiectele supuse examinării.

11. Orar consultații studenți

Lect dr Pașcan Emil-Marius	În fiecare zi de miercuri a săptămânii, între orele 14-16.
----------------------------	--

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Elaborarea lucrării de licență			
2.2 Titularul activităților de curs: -			
2.3 Titularul activităților practice: Conf dr Szekely Eva-Monica			
2.4 Anul de studii: III	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Obl

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 10	3.2 din care curs: 0	3.3 activități practice: 10
3.4 Total ore din planul de învățământ: 70	3.5 din care curs: 0	3.6 activități practice: 70
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 0		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 5		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 0		
- tutorial: 0		
- examinări: 0		
- alte activități: 0		
3.8 Total ore de studiu individual: 5		
3.9 Total ore pe semestru: 75		
3.10 Număr de credite: 3		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
-
5.2 a activităților practice:
stabilite de fiecare coordonator de licență

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
CP1. Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării;
CP 1.1 Definirea principalelor concepte specifice domeniului, utilizarea lor și a terminologiei de specialitate în situații multiple
CP 1.2 Explicarea conceptuală a situațiilor de comunicare și a problemelor de specialitate în domeniu.
CP 1.3 Aplicarea principiilor deontologice și a normelor etice care stau la baza organizării și funcționării activităților specifice domeniului de specialitate, descrierea modului de organizare a profesiei și a valorilor acesteia.
CP 1.4 Aplicarea legislației naționale și europene privind liberul acces la informație, proprietatea intelectuală, drepturile de autor, copyright-ul etc. în procesul comunicării profesionalizate și în activitățile de informare

documentare.

CP 1.5 Elaborarea unor proiecte specifice de investigație și intervenție în domeniul de specialitate.

CP 2. Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC);

CP 2.1 Identificarea și înțelegerea teoriilor cu privire la gestiunea informațiilor, comunicarea mediatică, sistemele media, dinamica acestora și la efectele comunicării mediatice.

CP 2.2 Identificarea particularităților utilizării specializate a diverselor tipuri media în comunicare.

CP 2.3 Utilizarea tehnologiilor adecvate în realizarea și comunicarea profesionalizată a diverselor produse de informare, cu respectarea dreptului publicului de a fi informat corect.

CP 2.4 Utilizarea unor criterii și metode standard de evaluare a calității și limitelor folosirii diverselor tehnologii în cadrul unor acte concrete de informare și comunicare..

CP 2.5 Realizarea de portofolii cu privire la dimensiunea mediatică a unui act de informare și/ sau comunicare profesionalizată.

CP 3. Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în procesul de relații publice;

CP 3.1 Definirea conceptelor, teoriilor, paradigmatelor și metodologiilor utilizate în analiza comunicării.

CP 3.2 Tratarea comunicării și a publicului/ audienței din perspectiva unor parametri specifici domeniului.

CP 3.3 Utilizarea unor metode de cercetare pentru definirea problemelor de interes public și rezolvarea acestora prin modele de planificare specifice.

CP 3.4 Identificarea și utilizarea unor tehnici și indicatori relevanți pentru monitorizarea și evaluarea proceselor de comunicare.

CP 3.5 Elaborarea unui plan de comunicare eficientă în situații definite de comunicare publică.

CP 4. Realizarea și promovarea unui produs de relații publice;

CP 4.1. Identificarea conceptelor și metodelor adecvate dezvoltării unui produs de RP.

CP 4.2 Explicarea și interpretarea unui eveniment de RP din perspectiva planificării lui strategice.

CP 4.3 Utilizarea unor cadre metodologice adecvate realizării unui produs de RP.

CP 4.4. Validarea programelor și produselor de RP prin tehnici de evaluare specifice.

CP 4.5. Elaborarea documentației pentru prezentarea unui produs RP.

CP 5. Asistență de specialitate în gestionarea comunicării de criză și/sau în medierea conflictelor de comunicare.

CP 5.1 Utilizarea corectă a principalelor metode, tehnici, tactici și strategii de comunicare și/ sau mediere.

CP 5.2 Utilizarea instrumentarului retoric, argumentativ și semiotic pentru înlăturarea unor disfuncționalități în comunicare și/ sau mediere.

CP 5.3 Utilizarea strategiilor și metodelor de comunicare în gestionarea situațiilor de criză și/ sau mediere.

CP 5.4 Evaluarea critică a metodelor și modelelor folosite în gestionarea comunicărilor de criză și/ sau de mediere a conflictelor de comunicare.

CP 5.5 Elaborarea unui plan de comunicare de criză și/ sau de mediere a unui conflict de comunicare.

6.2 transversale:

CT1. Rezolvarea în mod realist, cu argumentare atât teoretică, cât și practică, a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora;

CT2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice;

CT3. Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii.

6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:

Obiective generale:

- capacitatea de analiză și sinteză;
- capacitatea de a empatiza cu mediul social;
- abilitatea de a percepe corect și de a exploata eficient tendințele sociale, politice și economice de imagine și conținut;
- capacitatea de asimilare critică, prelucrare, coroborare și exploatare a informației teoretice;
- stăpânirea resurselor limbajului verbal, paraverbal și nonverbal în comunicare.

Obiective specifice:

7.2 Obiective specifice:

Obiective specifice:

- elaborarea și gestionarea de campanii de relații publice;
- elaborarea și gestionarea de strategii publicitare;
- aplicarea metodelor și tehnicilor de cercetare sociologică în domeniul relațiilor publice și al publicității;
- implementarea și dezvoltarea sistemelor de comunicare organizațională în plan intern și extern;
- dezvoltarea abilităților de mediator pentru managementul crizelor și conflictelor;
- dezvoltarea capacităților de comunicare interpersonală, inter-instituțională, interculturală și internațională

8.1 Conținutul orelor de practică, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
----	------	-------------------	------------	-----------------	--------

1	Planul lucrării și lista bibliografiei minimale, în acord cu tema/ titlul stabilit. Fiecare coordonator de licență va stabili bibliografia minimală în acord cu domeniul/ tema de cercetare și titlul lucrării, precum și strategii de căutare a bibliografiei suplimentare, de către fiecare student, prin studiu individual, stabilind un număr minim de cărți în format atomic/ tipărit și un număr maxim de linkuri/ surse online. Se vor indica criteriile de căutare și selecție a bibliografiei online și se va preciza cu insistență că nu se va accepta plagiatul. Se va insista pe clarificarea formelor citării și a notelor de subsol.	conversația euristică și de verificare, discuții problematizante/ problem based learning/ PBL, descoperirea, studiul individual, dezbateră, joc de rol, studiu de caz/ CBL, eseu argumentativ, chestionare, anchetă, investigare, experiment	în plus, fiecare coordonator de licență va mai stabili metode specifice temei de cercetare	-	10
2	Delimitarea informațiilor teoretice esențiale în acord cu tema și domeniul de cercetare, necesare pentru pregătirea și desfășurarea cercetării. Stabilirea ipotezei / ipotezelor cercetării, a obiectivelor generale și specifice ale cercetării, precum și a metodelor de cercetare adecvate în acord cu problemele identificate și anticipând posibile soluții. Scrierea capitolului I/ teoretic.	conversația euristică și de verificare, discuții problematizante/ problem based learning/ PBL, descoperirea, studiul individual, dezbateră, joc de rol, studiu de caz/ CBL, eseu argumentativ, chestionare, anchetă, investigare, experiment	în plus, fiecare coordonator de licență va mai stabili metode specifice temei de cercetare	-	10
3	Coordonarea colectării de date adecvate ipotezei/ ipotezelor/ obiectivelor stabilite prin chestionare, anchetă, investigare etc. pentru desfășurarea în bune condiții a unei cercetări specifice (studiu de caz/ proiect/ experiment etc.) în acord cu problemele vs soluțiile anticipate, respectiv descoperite în urma colectării de date.	conversația euristică și de verificare, discuții problematizante/ problem based learning/ PBL, descoperirea, studiul individual, dezbateră, joc de rol, studiu de caz/ CBL, eseu argumentativ, chestionare, anchetă, investigare, experiment	în plus, fiecare coordonator de licență va mai stabili metode specifice temei de cercetare	-	10
4	Inventarierea și prelucrarea datelor cercetării. Stabilirea unor concluzii parțiale în acord/ dezacord cu ipoteza și obiectivele cercetării, respectiv problemele vs soluțiile anticipate și/ sau descoperite. Scrierea capitolului II/ cercetarea/ studiul de caz/ experiment.	conversația euristică și de verificare, discuții problematizante/ problem based learning/ PBL, descoperirea, studiul individual, dezbateră, joc de rol, studiu de caz/ CBL, eseu argumentativ, chestionare, anchetă, investigare, experiment	în plus, fiecare coordonator de licență va mai stabili metode specifice temei de cercetare	-	10
5	Facilitarea unor discuții importante cu membri ai comunității profesionale/ reprezentanți ai angajatorilor în vederea gândirii unor soluții ameliorative pentru problemele identificate	conversația euristică și de verificare, discuții problematizante/ problem based learning/ PBL, descoperirea, studiul individual, dezbateră, joc de rol, studiu de caz/ CBL, eseu argumentativ, chestionare, anchetă, investigare, experiment	în plus, fiecare coordonator de licență va mai stabili metode specifice temei de cercetare	-	10
6	(Re)Scrierea argumentului/ capitolului introductiv și a capitolului teoretic și a celui practic conform cu noile idei/ soluții regândite.	conversația euristică și de verificare, discuții problematizante/ problem based learning/ PBL, descoperirea, studiul individual, dezbateră, joc de rol, studiu de caz/ CBL, eseu argumentativ, chestionare, anchetă, investigare, experiment	în plus, fiecare coordonator de licență va mai stabili metode specifice temei de cercetare	-	10
7	(Re)Asamblarea lucrării ca întreg prin recorelarea părții teoretice cu partea practică/ aplicativă, a ipotezei/ipotezelor de lucru cu concluziile finale și anexele obținute.	conversația euristică și de verificare, discuții problematizante/ problem based learning/ PBL, descoperirea, studiul individual, dezbateră, joc de rol, studiu de caz/ CBL, eseu argumentativ, chestionare, anchetă, investigare, experiment	în plus, fiecare coordonator de licență va mai stabili metode specifice temei de cercetare	-	10

Bibliografie Bibliografie Cantitativ: bibliografia minimală - 10 titluri în format atomic și 10 titluri/ linkuri online Calitativ: în plus, fiecare coordonator de licență va stabili titluri/ autori pentru bibliografia minimală în acord cu domeniul/ tema de cercetare și titlul lucrării, fiecare coordonator de licență va stabili și strategii de căutare a bibliografiei suplimentare, de către fiecare student, prin studiu individual, stabilind un număr minim de cărți de calitate pentru domeniul/ tema respectivă, în format atomic/ tipărit și un număr maxim de linkuri/ surse online se vor indica criteriile de căutare și selecție a bibliografiei online nu se va accepta plagiatul se va insista pe clarificarea formelor citării și a notelor de subsol

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

fiecare coordonator de licență va gândi planul lucrării de licență și activitatea studentului corelată cu practica de specialitate, piața muncii și problemele comunității (profesionale), în vederea unei mai ușoare și eficiente încadrări ulterioare a studentului

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	-	-	0
- în timpul activității practice	în acord cu detaliile de la conținutul activităților practice respectând structura/ planul lucrării și al cercetării impuse/ propuse conform obiectivelor cercetării stabilite în comun de student și coordonator	discuții, dezbateri, capitole periodic scrise/ corectate/ recorectate, experiment, studiu de caz, joc de rol, respectarea termenelor și a criteriilor de selecție/ lucru stabilite	60
Evaluare finală			
- examen teoretic final	respectarea termenelor/ a criteriilor/ metodelor de lucru stabilite și depunerea lucrării conform planului stabilit	lectura/ relectura lucrării, ortografia, punctuația, normele citării și antiplagiat, respectarea structurii și a planului minimal stabilit, bibliografia minimală și anexele	20
- examen practic final	susținerea practică a lucrării de licență în fața comisiei speciale	expunere, prelegere, prelegere cu oponent, power point, dezbateri, conversație euristică și de verificare, panel	20

Standard minim de performanță:

Standard minim de performanță:

I. Planul și structura lucrării pe minim 6 părți:

1. argumentarea alegerii temei/ a domeniului/ a titlului,
2. capitolul teoretic,
3. capitolul practic (studiu de caz, proiect, experiment realizat în urma unei cercetări)
4. concluzii
5. bibliografie
6. anexe

II. Bibliografia minimală - 10 titluri

III. Număr minim de pagini 40 - scrise la distanță/ paragraf de 2 rânduri, Times New Roman

IV. Proba de plagiat trecută

11. Orar consultații studenți

Conf dr Szekey Eva-Monica	câte 30 de minute după fiecare curs/ consultațiile stabilite de fiecare coordonator în parte
---------------------------	--

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Publicitate online			
2.2 Titularul activităților de curs: Lect dr Sigmirean Corneliu-Cezar			
2.3 Titularul activităților practice: Cezar Sigmirean			
2.4 Anul de studii: III	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Opt

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 8	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 4
3.4 Total ore din planul de învățământ: 56	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 28
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 40		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 20		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 15		
- tutorial: 10		
- examinări: 2		
- alte activități: 7		
3.8 Total ore de studiu individual: 94		
3.9 Total ore pe semestru: 150		
3.10 Număr de credite: 6		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului: Analiza domeniului publicității ca industrie, ca meserie și prezentarea viziunii unor practicieni ai acestei meserii.
5.2 a activităților practice: Asumarea publicității din două dimensiuni principale: ca industrie și fenomen precum și ca proces, privit din interiorul agenției de publicitate.

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale: C2.1 Identificarea și înțelegerea teoriilor cu privire la gestiunea informațiilor, comunicarea mediatică, sistemele media, dinamica acestora și la efectele comunicării mediatice. C2.2 Identificarea particularităților utilizării specializate a diverselor tipuri media în comunicare. C2.3 Utilizarea tehnologiilor adecvate în realizarea și comunicarea profesionalizată a diverselor produse de informare, cu respectarea dreptului publicului de a fi informat corect. C2.4 Utilizarea unor criterii și metode standard de evaluare a calității și limitelor folosirii diverselor tehnologii în cadrul unor acte concrete de informare și comunicare.. C2.5 Realizarea de portofolii cu privire la dimensiunea mediatică a unui act de informare și/ sau comunicare profesionalizată.
--

- Întocmirea unui plan de folosire a noilor tehnologii informaționale și media pentru un proiect concret de gestiune a informației și/ sau de comunicare profesionalizată.
 C 4.1. Identificarea conceptelor și metodelor adecvate dezvoltării unui produs de RP. C4.2 Explicarea și interpretarea unui eveniment de RP din perspectiva planificării lui strategice.
 C 4.3 Utilizarea unor cadre metodologice adecvate realizării unui produs de RP.
 C 4.4. Validarea programelor și produselor de RP prin tehnici de evaluare specifice. C 4.5. Elaborarea documentației pentru prezentarea unui produs RP.
 - Prezentarea unui produs realizat în cadrul practicii profesionale.

6.2 transversale:
 CT2 Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice.
 Standarde minime de performanță pentru evaluarea competenței: Participarea la realizarea unui proiect în echipă, cu îndeplinirea unor funcții profesionale date.
 CT3 Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii.
 Standarde minime de performanță pentru evaluarea competenței: Identificarea nevoii de formare profesională și realizarea unui plan de carieră, prin utilizarea resurselor informaționale.

6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:
 Cursul de publicitate online este unul eminamente pragmatic, realizat din perspectiva americană a industriei publicității, iar în această direcție chiar și aspectele teoretice prezente în curs, vizează explicarea acțiunilor concrete și a procesului prin care se ajunge la produsul final al întregului demers: campania publicitară.

7.2 Obiective specifice:
 Asumarea clarificărilor teoretice și a distincțiilor față de alte domenii înrudite cu publicitatea în cadrul științelor comunicării. Prezentarea funcțiilor pe care le îndeplinește publicitatea, distincția între obiectivele de comunicare și publicitate și cele de marketing, locul publicității în cadrul activității de marketing și tipurile mai importante de publicitate. Cunoașterea agenției de publicitate, cercetarea în publicitate, specificul ei și câteva din principalele metode folosite pentru analiza pieței, a produselor și a consumatorilor, într-o industrie în care nu se mai face nimic fără o analiză aprofundată prealabilă.

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Comunicarea publicitară. Internetul: mediu de publicitate și promovare.	Prelegere	2 prelegeri	-	4
2	Publicitate online prin social media	Prelegere	1 prelegere	-	2
3	Blogul și puterea sa în promovare și afaceri.	Prelegere	1 prelegere	-	2
4	Spațiul virtual și comunități online.	Prelegere	1 prelegere	-	2
5	Instrumente office pentru mediul de comunicare.	Prelegere	1 prelegere	-	2
6	Agenția de publicitate online	Prelegere	1 prelegere	-	2
7	Modele de promovare și publicitate în mediul online	Prelegere	1 prelegere	-	2
8	Campanii de marketing de tip PPC	Prelegere	2 prelegeri	-	4
9	Campanii de Display, prin Facebook, Google și Instagram	Prelegere	2 prelegeri	-	4
10	Tehnici de măsurare a indicatorilor de performanță, în publicitatea online	Prelegere	2 prelegeri	-	4

Bibliografie
 Bibliografie obligatorie:
 Larsson, Tanner, Ecommerce evolved. The essential playbook to build, grow & scale a successful ecommerce business, USA, First Printing, 2016.
 Bibliografie opțională:
 David, Ph., Online Public Relations, London, Kogan Page Limited, 2001 ;
 Dertouzos, M., Ce va fi : Cum vom trăi în lumea nouă a informației, București, Editura Tehnică, 2000 ;
 Gates, B., Afaceri cu viteza gândului. Spre un sistem central digital. București : Editura Amaltea, 2002 ;
 Ghilic-Micu, B., Stoica M., eActivitățile în societatea informațională, București, Editura Economică, 2002 ;
 Goddard, A., Limbajul publicității. Iași, Editura Polirom, 2002 ;
 Grosseck, G., Internet –istoric, evoluție, perspective, Timișoara, Editura Universității de Vest, 2005 ;
 Guțu, D., New Media, București, Editura Tritonic, 2007 ;
 Kenneth, L., K., Global e-Commerce, Washington, TechScience, 2008 ;
 Kleppner, Russel, Lane, Manual de publicitate, București, Editura Teora, 2002 ;
 Kraynac, J., Internet în imagini, București, Editura Teora, 2008 ;
 Maxim, Cornelia, Comunicarea online provocări și oportunități, Instrumente Office pentru mediul de comunicare, Editura comunicare.ro, București 2009.

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Comunicarea online – abordare generală.	Lecturi, dezbateri	-	-	2
2	Internetul: e-provocare & e-oportunitate pentru comunicare și afaceri.	Lecturi, dezbateri	-	-	2
3	Comerțul electronic : o nouă dimensiune a afacerilor moderne.	Activități aplicative (exerciții)	-	-	2
4	Blogging de succes și pagini web.	Activități aplicative (exerciții)	-	-	2
5	Modele de comunicare online	Activități aplicative (exerciții)	-	-	2
6	Tehnici avansate de utilizare a aplicațiilor publicitare în mediul on-line.	Activități aplicative, discuții	-	-	2
7	Utilizarea Google Analytics ca instrument de măsurare a traficului pe site și rezultatelor de campanie	Activități aplicative, discuții	-	-	2
8	Analizarea comportamentului utilizatorului prin HotJar	Activități aplicative, discuții	-	-	2
9	Tipologii de campanii publicitare online, prin Google Search	Activități aplicative, discuții	-	-	4
10	Display Marketing prin Facebook, Instagram și Google	Activități aplicative, discuții	-	-	4
11	Ecommerce marketing	Activități aplicative, discuții	-	-	2
12	Tehnici de optimizare a ratei de reușită în upsale marketing.	Activități aplicative, discuții	-	-	2

Bibliografie

Argyris, Chris, Organizational Behavior, A Managerial Viewpoint, Dryden Press, New York, 1983.
 Aronson, M. et al, Ghidul redactării în relații publice era digitală, trad. Oprea D., Editura Amsta Publishing, 2008 ;
 Baltac, V., Comerț electronic, Târgu-Mureș, Ed. Agora, 2004 ;
 Center, Allan, Cutlip, Scott, Broom, Glenn, Effective Public Relations, Prentice Hall, New Jersey, 1994.
 Coman, Cristina, Relații publice – tehnici de comunicare cu presa, Ed. All, București, 1999.
 Cristina Coman, Relațiile publice. Principii și strategii, Editura Polirom, Iași, 2001;
 Haig, M., Manual de e-marketing, București, Rentrop&Straton, 2005 ;
 Hanson, W., Kallianam, K., Internet Marketing and e-Commerce, Georgia, Prentice Hall, 2006
 Holtz, S., Public Relations on the Net, 2nd edition, New York, Amacom, 2002 ;
 Ionescu, C., N., (traducere), Microsoft Power Point 2000, București, Editura Teora, 1999 ;
 Jefkins, F., Cum să stăpânești reclama la perfecție, București, Editura Rentrop& Straton, 2000 ;
 Kapferer, J., N., Căile persuasiunii, Modul de influențare a comportamentelor prin mass/media și publicitate, București, comunicare.ro, 2002 ;
 Larsson, Tanner, Ecommerce evolved. The essential playbook to build, grow & scale a successful ecommerce business, USA, First Printing, 2016.
 Ogilvy, D., Ogilvy despre publicitate, traducere Nicola, M., București, Ed. Ogilvy&Matter, 2001 ;
 Oprea, D., et al., eMarketer, Iași, Editura Polirom, 2002 ;
 Paul, E., Publicitatea viitorului, București, Editura Tribuna Economică, 2002 ;
 Popa, D., Comunicare și publicitate, București, Editura Tritonic, 2005 ;
 Popa, T., Marketing electronic, Oradea, Editura Triest, 2002 ;
 Popescu, I., C., Comunicarea în marketing, București, Editura Uranus, 2003 ;
 Roșca, Gh., I. et al., Comerțul electronic – concepte, tehnologii și aplicații, București, Editura economică, 2004 ;
 Rus, Fl., C., Relații publice și publicitate : metode și instrumente, Constanța, Editura Fundației Andrei Șaguna, 2005 ;
 Vegheș, I., R., Bogdan, G., Relațiile Publice și Publicitatea Online, Iași, Editura Polirom, 2003
 Wright, J., Blog Marketing, București, Editura Business Media Group, 2006 ;
 Zeff, R., Advertising on the Internet, San Francisco, Wiley Computer Publishing, 2002.

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

-

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Cunoștințe teoretice și abilități clare în practica relațiilor publice	Proiecte, discuții, analize	20
- în timpul activității practice	Cunoștințe teoretice și aplicative / teme	Verificare pe parcurs	20
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Cunoștințe teoretice și aplicative/semestru	Examen scris	60
- examen practic final	-	-	0
Standard minim de performanță:			
-			

11. Orar consultații studenți

Lect dr Sigmirean Corneliu-Cezar	Marți, de la 10-14
----------------------------------	--------------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: E-commerce			
2.2 Titularul activităților de curs: Lect dr Varga Elena-Iulia			
2.3 Titularul activităților practice:			
2.4 Anul de studii: III	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Opt

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 8	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 4
3.4 Total ore din planul de învățământ: 56	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 28
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 40		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 20		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 15		
- tutorial: 10		
- examinări: 2		
- alte activități: 7		
3.8 Total ore de studiu individual: 94		
3.9 Total ore pe semestru: 150		
3.10 Număr de credite: 6		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
Video-proiector, laptop, materiale suport
5.2 a activităților practice:
Video-proiector, laptop, materiale listate (fișe, studii de caz)

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
CP1. Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării - 2 ECTS
CP 1.1 Definirea principalelor concepte specifice domeniului, utilizarea lor și a terminologiei de specialitate în situații multiple
CP 1.5 Elaborarea unor proiecte specifice de investigație și intervenție în domeniul de specialitate.
CP 2. Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC) - 2 ECTS
CP 2.2 Identificarea particularităților utilizării specializate a diverselor tipuri media în comunicare.
CP 2.3 Utilizarea tehnologiilor adecvate în realizarea și comunicarea profesionalizată a diverselor produse de informare, cu respectarea dreptului publicului de a fi informat corect.
CP 3. Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în procesul de relații publice - 2

ECTS
CP 3.4 Identificarea și utilizarea unor tehnici și indicatori relevanți pentru monitorizarea și evaluarea proceselor de comunicare.
CP 3.5 Elaborarea unui plan de comunicare eficientă în situații definite de comunicare publică.
6.2 transversale:
-
6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:
Comerțul în spațiul virtual, presupune adaptarea politicilor și a strategiilor unei companii la noile tehnologii din domeniul IT&C, înțelegerea impactului Internetului și a serviciilor online. Acest curs urmărește pregătirea studenților pentru noua societate informațională în care activitățile firmelor sunt în principal digitale, nu depind de un anumit timp și spațiu, sunt interactive și orientate către satisfacerea la cel mai înalt grad a nevoilor și cerințelor consumatorilor.
7.2 Obiective specifice:
• asimilarea cunoștințelor teoretice și practice necesare înțelegerii importanței noilor tehnologii asupra mediului de afaceri și implicit asupra comerțului; • analiza afacerilor online d.p.d.v. al infrastructurii, modelelor și categoriilor acestora; • prezentarea principalelor forme de plată online și înțelegerea modalităților de utilizare a acestora; • evidențierea principalelor mijloace de promovare online;
conștientizarea importanței securității online și identificarea cadrului legislativ al mediului online.

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Internetul – infrastructura comerțului electronic – Internetul – scurt istoric, mediu de afaceri, avantaje și dezavantaje	Expunere, problematizare, dezbateri, argumentare	-	-	2
2	Cadrul conceptual al comerțului electronic – Definiții, caracteristici, infrastructura tehnologică, economia digitală	Expunere, problematizare, dezbateri, argumentare	-	-	2
3	Afaceri electronice - e-business – Concepte, tipuri de afaceri pe Internet, comparație afacere clasică-afacere electronică	Expunere, problematizare, dezbateri, argumentare	-	-	4
4	Sisteme de comerț electronic - Organizarea informației, securitatea informației, metode de plată online	Expunere, problematizare, dezbateri, argumentare	-	-	4
5	Comerțul electronic în România și la nivel global – Evoluția comerțului electronic în România și în alte zone geografice din lume, provocări, tendințe, principalele magazine online la nivel național și internațional	Expunere, problematizare, dezbateri, argumentare	-	-	4
6	Mediul virtual - mediu de marketing și de comunicare – Metode de promovare online, strategii, comunicarea prin e-mail și rețele de socializare	Expunere, problematizare, dezbateri, argumentare	-	-	2
7	Comportamentul consumatorului în mediul online – Tipologii de clienți în mediul online, factori de influență, grad de implicare și raport de putere	Expunere, problematizare, dezbateri, argumentare	-	-	4
8	Evaluarea performanțelor unei afaceri online – Instrumente web pentru evaluarea performanțelor (Google Analytics, Google Search Console, Google Trends, Free Monitor for Google, etc.)	Expunere, problematizare, dezbateri, argumentare	-	-	2
9	Aspecte legislative care reglementează comerțul electronic și afacerile online – Reglementări în România, UE și la nivel global	Expunere, problematizare, dezbateri, argumentare	-	-	2

10	Realizarea unui plan de afaceri în mediul online	Expunere, problematizare, dezbateri, argumentare	-	-	2
----	--	--	---	---	---

Bibliografie
Bibliografie obligatorie:
1. Varga Iulia – Comerț electronic – suport de curs online, 2022
Bibliografie recomandată:
1. Doru Tiliute – Bazele comerțului electronic. O perspectivă tehnologică, Editura Matrixrom, 2019
2. Cosmin Daraban - Ecommerce. No Bull\$#!t - Tot ce ai nevoie pentru a vinde online, Editura Gomag, 2019
3. Brian Solis – The End of Business As Usual, Editura John Wiley & Sons Inc 2011

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Cadrul conceptual și organizarea comerțului electronic - Oportunități și amenințări în mediul online	Prezentare, dezbateri, studiu de caz	-	-	2
2	Analiza principalelor magazine online din România și din lume	Prezentare, dezbateri, studiu de caz	-	-	2
3	Prezentarea pașilor necesari pentru realizarea unei comenzi online	Prezentare, dezbateri, studiu de caz	-	-	2
4	Analiza principalelor metode de plată și livrare întâlnite în mediul online	Prezentare, dezbateri, studiu de caz	-	-	2
5	Aplicabilitatea marketingului în comerțul electronic	Prezentare, dezbateri, studiu de caz	-	-	2
6	Protecția consumatorului în mediul online	Prezentare, dezbateri, studiu de caz	-	-	2
7	Prezentarea principalelor metode de evaluare a unei afaceri online	Prezentare, dezbateri, studiu de caz	-	-	2
8	Prezentare proiecte, studii de caz	Prezentare, dezbateri, studiu de caz	-	-	14

Bibliografie
Bibliografie obligatorie:
1. Varga Iulia – Comerț electronic – suport de curs online, 2022
Bibliografie recomandată:
1. Rapoartele GPEC privind evoluția comerțului electronic în România, 2016-2020
2. Digital 2022 – Global overview Report și Digital 2022 – România, rapoarte realizate de We are Social și Hootsuite: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report>
3. <https://www.statista.com/>
4. www.euromonitor.com
5. Eurostat - <https://ec.europa.eu/eurostat/data/statistics-a-z/abc>

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

Temele abordate sunt de actualitate, putând fi utilizate în orice unitate de producție sau de prestări servicii din țară sau din străinătate.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Cunoștințe teoretice și abilități clare în practica relațiilor publice	Proiecte, discuții, analize	20
- în timpul activității practice	Cunoștințe teoretice și aplicative / teme	Verificare pe parcurs	20
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Cunoștințe teoretice și aplicative/semestru	Examen scris	60
- examen practic final	-	-	0
Standard minim de performanță:			
-			

11. Orar consultații studenți

Lect dr Varga Elena-Iulia	
---------------------------	--

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice



Fișa disciplinei

an academic: 2023 - 2024

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: Universitatea de Medicină, Farmacie, Științe și Tehnologie 'George Emil Palade' din Târgu Mureș
1.2 Facultatea de: Științe și Litere 'Petru Maior'
1.3 Departamentul: SL2 - Științe sociale și sportive
1.4 Domeniul de studii: Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii: licență
1.6 Programul de studii: Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei: Limbaje de specialitate în social media			
2.2 Titularul activităților de curs: Lect dr Sigmirean Corneliu-Cezar			
2.3 Titularul activităților practice: Cezar Sigmirean			
2.4 Anul de studii: III	2.5 Semestrul: 2	2.6 Tipul de evaluare: C	2.7 Regimul disciplinei: Opt

3. Timpul total estimat (ore pe semestru activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână: 8	3.2 din care curs: 4	3.3 activități practice: 4
3.4 Total ore din planul de învățământ: 56	3.5 din care curs: 28	3.6 activități practice: 28
3.7 Distribuția fondului de timp pe semestru		
- studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 40		
- documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 20		
- pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 15		
- tutorial: 10		
- examinări: 2		
- alte activități: 7		
3.8 Total ore de studiu individual: 94		
3.9 Total ore pe semestru: 150		
3.10 Număr de credite: 6		

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum:
-
4.2 de competențe:
-

5. Condiții de desfășurare

5.1 a cursului:
-
5.2 a activităților practice:
Sală cu videoproector

6. Competențe specifice acumulate

6.1 profesionale:
C2.1 Identificarea și înțelegerea teoriilor cu privire la gestiunea informațiilor, comunicarea mediatică, sistemele media, dinamica acestora și la efectele comunicării mediatice.
C2.2 Identificarea particularităților utilizării specializate a diverselor tipuri media în comunicare.
C2.3 Utilizarea tehnologiilor adecvate în realizarea și comunicarea profesionalizată a diverselor produse de informare, cu respectarea dreptului publicului de a fi informat corect.
C2.4 Utilizarea unor criterii și metode standard de evaluare a calității și limitelor folosirii diverselor tehnologii în cadrul unor acte concrete de informare și comunicare..
C2.5 Realizarea de portofolii cu privire la dimensiunea mediatică a unui act de informare și/ sau comunicare profesionalizată.
- Întocmirea unui plan de folosire a noilor tehnologii informaționale și media pentru un proiect concret de gestiune

a informației și/ sau de comunicare profesionalizată.

6.2 transversale:

CT1 Rezolvarea în mod realist – cu argumentare atât teoretică, cât și practică – a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora.

Standarde minime de performanță pentru evaluarea competenței: Elaborarea unui proiect sau cel puțin a unei părți a unui asemenea proiect, aplicând atât cunoștințe, teorii și metode de diagnoză și intervenție, cât și norme și principii de etică profesională.

CT2 Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice.

Standarde minime de performanță pentru evaluarea competenței: Participarea la realizarea unui proiect în echipă, cu îndeplinirea unor funcții profesionale date.

CT3 Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii.

Standarde minime de performanță pentru evaluarea competenței: Identificarea nevoii de formare profesională și realizarea unui plan de carieră, prin utilizarea resurselor informaționale.

6.3 program de studiu:

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

7.1 Obiectivul general:

-

7.2 Obiective specifice:

-

8.1 Conținutul orelor de curs, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	O scurta istorie a limbajului	Prelegere	2 activități	-	4
2	Caracteristicile noului limbaj digital	Prelegere	2 activități	-	4
3	Cultura Emoji-ului	Prelegere	1 activitate	-	2
4	Aspecte pro și contra comunicării pe internet	Prelegere	2 activități	-	4
5	Slang language pe rețelele de socializare	Prelegere	3 activități	-	6
6	Influența mass-media asupra limbajului	Prelegere	2 activități	-	4
7	Comunicare digitală în mediul corporatist	Prelegere	1 activitate	-	2
8	Predicții cu privire la evoluția limbajului digital	Prelegere	1 activitate	-	2

Bibliografie

Bibliografie:

Dhawan, Erica, „Limbajul corporal digital”, Editura Publica, București, 2022

Firth-Godbehere, Richard, „O istorie a emoțiilor umane”, Editura Trei, București, 2022

8.2 Conținutul orelor de seminar, semestrul 2

No	Tema	Metode de predare	Observații	Corelare cu ICS	Nr ore
1	Limbaj digital în new media	Studiu de caz	2 activități	-	4
2	Cultura Emoji-ului	Studiu de caz	1 activitate	-	2
3	Cultura Hashtag-ului	Studiu de caz	1 activitate	-	2
4	Particularități ale limbajului digital pe rețeaua de socializare Facebook	Studiu de caz	1 activitate	-	2
5	Particularități ale limbajului digital pe rețeaua de socializare LinkedIn	Studiu de caz	1 activitate	-	2
6	Particularități ale limbajului digital pe rețeaua de socializare Discord	Studiu de caz	1 activitate	-	2
7	Particularități ale limbajului digital pe rețeaua de socializare Whatsapp	Studiu de caz	1 activitate	-	2
8	Comunicare prin email vs sms	Studiu de caz	1 activitate	-	2
9	”The Great Hack” - vizionare documentar și analiză	Analiză	2 activități	-	4
10	Analiza limbajului digital pe rețelele utilizate	Prezentare proiect	3 activități	-	6

Bibliografie Bibliografie: Dhawan, Erica, „Limbajul corporal digital”, Editura Publica, București, 2022 Firth-Godbehere, Richard, „O istorie a emoțiilor umane”, Editura Trei, București, 2022

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

-

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Evaluare pe parcursul semestrului			
- la curs	Cunoștințe teoretice și abilități clare în practica relațiilor publice	Proiecte, discuții, analize	20
- în timpul activității practice	Cunoștințe teoretice și aplicative / teme	Verificare pe parcurs	20
Evaluare finală			
- examen teoretic final	Cunoștințe teoretice și aplicative/semestru	Examen scris	60
- examen practic final	-	-	0
Standard minim de performanță:			
-			

11. Orar consultații studenți

Lect dr Sigmirean Corneliu-Cezar	Marți, de la 10-14
----------------------------------	--------------------

Director departament

Titular(i) curs

Titular(i) aplicații practice