

FIȘA DISCIPLINEI

Anul universitar 2025 - 2026

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Lucian Blaga din Sibiu
1.2. Facultatea	De Științe Socio-Umane
1.3. Departament	Asistență Socială, Jurnalism, Relații Publice și Sociologie
1.4. Domeniul de studiu	Științele Comunicării
1.5. Ciclul de studii ¹	Licență
1.6. Specializarea	Comunicare și Relații Publice

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Campanii de relații publice	Cod	FSSU.ASJ.CRP.L.SO.5.2020.E-6.1
2.2. Titular activități de curs	Lect. Univ. dr. Anabella-Maria Beju-Aleman		
2.3. Titular activități practice	Lect. Univ. dr. Anabella-Maria Beju-Aleman		
2.4. An de studiu ²	3	2.5. Semestrul ³	5
2.6. Tipul de evaluare ⁴	E		
2.7. Regimul disciplinei ⁵	O	2.8. Categoria formativă a disciplinei ⁶	S

3. Timpul total estimat

3.1. Extinderea disciplinei în planul de învățământ – număr de ore pe săptămână					
3.1.a.Curs	3.1.b. Seminar	3.1.c. Laborator	3.1.d. Proiect	3.1.e Alte	Total
2		2			4
3.2. Extinderea disciplinei în planul de învățământ – Total ore din planul de învățământ					
3.2.a.Curs	3.2.b. Seminar	3.2.c. Laborator	3.2.d. Proiect	3.2.e Alte	Total ⁷
28		28			56
Distribuția fondului de timp pentru studiu individual⁸					Nr. ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					30

¹ Licență / Master

² 1-4 pentru licență, 1-2 pentru master

³ 1-8 pentru licență, 1-3 pentru master

⁴ Examen, colocviu sau VP A/R – din planul de învățământ

⁵ Regim disciplină: O=Disciplină obligatorie; A=Disciplină opțională; U=Facultativă

⁶ Categoria formativă: S=Specialitate; F=Fundamentală; C=Complementară; I=Asistată integral; P=Asistată parțial; N=Neasistată

⁷ Este egal cu 14 săptămâni x numărul de ore de la punctul 3.1 (similar pentru 3.2.a.b.c.)

⁸ Liniile de mai jos se referă la studiul individual; totalul se completează la punctul 3.37.

Tutoriat ⁹	14
Examinări ¹⁰	4
3.3. Total ore alocate studiului individual¹¹ (NOSIsem)	94
3.4. Total ore din Planul de învățământ (NOADsem)	56
3.5. Total ore pe semestru¹² (NOADsem + NOSIsem)	150
3.6. Nr ore / ECTS	25
3.7. Număr de credite¹³	6

⁹ Între 7 și 14 ore

¹⁰ Între 2 și 6 ore

¹¹ Suma valorilor de pe liniile anterioare, care se referă la studiul individual.

¹² Suma (3.5.) dintre numărul de ore de activitate didactică directă (NOAD) și numărul de ore de studiu individual (NOSI) trebuie să fie egală cu numărul de credite alocate disciplinei (punctul 3.7) x nr. ore pe credit (3.6.)

¹³ Numărul de credit se calculează după formula următoare și se rotunjește la valori vecine întregi (fie prin micșorare fie prin majorare)

$$\text{Nr.credite} = \text{NOCpSpD} \times \text{CC} + \text{NOApSpD} \times \text{CATOCpSdP} \times \text{CC} + \text{TOApSdP} \times \text{CA} \times 30 \text{ credite}$$

Unde:

- NOCpSpD = Număr ore curs/săptămână/disciplina pentru care se calculează creditele
- NOApSpD = Număr ore aplicații (sem./lab./pro.)/săptămână/disciplina pentru care se calculează creditele
- TOCpSdP = Număr total ore curs/săptămână din plan
- TOApSdP = Număr total ore aplicații (sem./lab./pro.)/săptămână din plan
- C_C/C_A = Coeficienți curs/aplicații calculate conform tabelului

Coeficienți

Curs

Aplicații (S/L/P)

Licență

2

1

Master

2,5

1,5

Licență lb. străină

2,5

1,25

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. Discipline necesar a fi promovate anterior (de curriculum) ¹⁴	Introducere în relații publice; Introducere în sistemul mass-media
4.2. Competențe	Competențe de operare pe calculator (minimal: Microsoft Office)

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului ¹⁵	videoproiector, flipchart, materiale video, platforma on-line google meet
5.2. De desfășurare a activităților practice (lab/sem/pr/aplic) ¹⁶	videoproiector, flipchart, materiale video, platforma on-line google meet

6. Rezultate ale învățării¹⁷

Numărul de credite alocat disciplinei: 6				
Rezultatele învățării				Repartizare credite pe rezultatele învățării
Nr. crt.	Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie	
RÎ 1	C1.1. La finalul cursului studentul/absolventul: va fi capabil să identifice principalele arii de cercetare în științe ale comunicării - comunicatori, structuri instituționale, organizații, conținut, canal, public/audiențe, efecte;			1
RÎ 2	C 2.1. La finalul cursului studentul/absolventul va fi capabil să identifice principalele teorii, modele și elemente ale comunicării directe și mediate tehnologic, în contextul comunicării de masă și comunicării mediate de computer			1
RÎ 3	C2.2. La finalul cursului studentul/absolventul va fi capabil să identifice concepte referitoare la public și audiența mass-media,			1

¹⁴ Se menționează disciplinele obligatoriu a fi promovate anterior sau echivalente

¹⁵ Tablă, videoproiector, flipchart, materiale didactice specifice, platforme on-line etc.

¹⁶ Tehnică de calcul, pachete software, standuri experimentale, platforme on-line etc.

¹⁷ Rezultatele învățării se vor menționa în funcție de standardele specifice ale Comisiilor de specialitate ARACIS (<https://www.aracis.ro/ghiduri/>)



	metode de măsurare, precum și indicatori de audiență specifici canalului tehnologic de comunicare mediatică;			
Rî 4		A. 2.2 La finalul cursului studentul/absolventul va fi capabil să analizeze caracteristicile, nevoile și așteptările publicului-țintă utilizând modele, grile, teste, proceduri și aplicații software adecvate în contextul comunicării publice profesionale;		1
Rî 5		A.2.3. adaptează mesajele la diverse situații și categorii sau segmente de public în contextul comunicării profesionale.		1
Rî 6			R 6.2. La finalul cursului studentul/absolventul va fi capabil să redacteze comunicate de presă și să producă alte materiale de relații publice, respectiv mesaje adaptate la specificul diferitelor canale media și platforme digitale pentru a fi utilizate în contextul comunicării unei persoane publice, organizații sau mărci (brand).	1

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

7.1. Obiectivul general	Cunoașterea și însușirea principalelor concepte, abordări și perspective teoretice și practice specifice campaniilor și programelor de relații publice
7.2. Obiectivele specifice	1. Capacitatea de a identifica și de a elabora diferite tipuri de programe și campanii de relații publice 2. Cunoașterea și înțelegerea proceselor de planificare strategică a campaniilor de relații publice 3. Capacitatea de a concepe, de a planifica și de a implementa programe și campanii de relații publice 4. Aprofundarea cunoștințelor dobândite în cadrul cursului și aplicarea lor practică 5. Dezvoltarea capacității de a integra conceptele și perspectivele teoretice explorate în sfera comunicării profesionale

1. Conținuturi

1.1. Curs ¹⁸		Metode de predare ¹⁹	Nr. ore
Curs 1	Campanii de relații publice - Introducere, definiții, perspective teoretice	Expunere Problematizare Conversația euristică Studii de caz	2
Curs 2	Caracteristici ale campaniilor de relații publice	Expunere Problematizare Conversația euristică Studii de caz	2
Curs 3	Campanii de relații publice - Tipologii în funcție de actorii sociali (I)	Expunere Problematizare Conversația euristică Studii de caz	2
Curs 4	Campanii de relații publice - Tipologii în funcție de obiective (II)	Expunere Problematizare Conversația euristică Studii de caz	2
Curs 5	Planificarea campaniilor de relații publice I - Cercetare formativă - Analiza situației; Analiza organizației	Expunere Problematizare Conversația euristică Studii de caz Exerciții	2
Curs 6	Planificarea campaniilor de relații publice I - Cercetare formativă - Analiza publicurilor	Expunere Problematizare Conversația euristică Exerciții	2
Curs 7	Planificarea campaniilor de relații publice II - Strategie - Stabilirea scopului și obiectivelor	Expunere Problematizare Conversația euristică Exerciții	2
Curs 8	Planificarea campaniilor de relații publice II - Strategie - Acțiuni strategice	Expunere Problematizare Conversația euristică Exerciții	2
Curs 9	Planificarea campaniilor de relații publice II - Strategie - Strategia mesajelor	Expunere Problematizare Conversația euristică Exerciții	2
Curs 10	Planificarea campaniilor de relații publice II - Strategie - Strategia mesajelor	Expunere Problematizare Conversația euristică Exerciții	2
Curs 11	Planificarea campaniilor de relații publice III - Implementarea planului strategic	Expunere Problematizare Conversația euristică Exerciții	2
Curs 12	Planificarea campaniilor de relații publice IV - Cercetare evaluativă	Expunere Problematizare Conversația euristică	2

¹⁸ Titluri de capitole și paragrafe

¹⁹ Expunere, prelegere, prezentare la tablă a problematicei studiate, utilizare videoproiector, discuții cu studenții (pentru fiecare capitol, dacă este cazul)



		Exerciții	
Curs 13	Evaluarea planului strategic - provocări și perspective în contextul dezvoltării media digitale	Expunere Problematizare Conversația euristică Studii de caz	2
Curs 14	Aspecte etice în planificarea campaniilor de relații publice	Expunere Problematizare Conversația euristică Studii de caz	2
Total ore curs:			28

1.2. Activități practice

Activități practice (8.2.a. Seminar ²⁰ / 8.2.b. Laborator ²¹ / 8.2.c. Proiect ²²)	Metode de predare	Nr. ore
Campanii de PR - Comunicare de brand (PR pentru marketing)	Problematizare Studii de caz	2
Campanii de PR - Comunicare internă	Problematizare Studii de caz	2
Campanii de PR - Digital PR și Social Media	Problematizare Studii de caz	2
Campanii de PR - Responsabilitate socială corporativă și dialog cu grupurile cointeresate	Problematizare Studii de caz	2
Campanii de PR - Public Affairs, Advocacy și Lobby	Problematizare Studii de caz	2
Campanie PR - Planificare - Cercetare - Analiza situației și analiza organizației	Aplicație practică	2
Campanie PR - Planificare - Cercetare - Analiza și segmentarea publicurilor	Aplicație practică	2
Campanie PR - Planificare - Strategie - Stabilirea scopului și a obiectivelor	Aplicație practică	2
Campanie PR - Planificare - Strategie - Stabilirea strategiilor	Aplicație practică	2
Campanie PR - Planificare - Strategie - dezvoltarea strategiei mesajelor	Aplicație practică	2
Campanie PR - Planificare - Stabilirea tacticilor	Aplicație practică	2
Campanie PR - Planificare - Diagrama Gantt; plan media	Aplicație practică	2
Campanie PR - Planificare - evaluarea planului strategic	Aplicație practică	2
Prezentare și implementare campanii de relații publice - proiect seminar	Aplicație practică	2
Total ore seminar/laborator		28

²⁰ Discuții, dezbateri, prezentare și/sau analiză de lucrări, rezolvare de exerciții și probleme

²¹ Demonstrație practică, exercițiu, experiment

²² Studiu de caz, demonstrație, exercițiu, analiza erorilor etc.

2. Bibliografie

2.1. Referințe bibliografice recomandate	3. Balaban, D., & Mustăța, M. (2019). Users' perspective on the credibility of social media influencers in Romania and Germany. Romanian Journal of Communication and Public Relations, 21(1), 31-46. 4. Balaban, D. C., & Szambolics, J. (2022). A proposed model of self-perceived authenticity of social media influencers. Media and Communication, 10(1), 235-246. 5. Cmeciu, C. (2013). Tendințe actuale în campaniile de relații publice, București: Polirom 6. Smith, R. D. (2017). Strategic planning for public relations. Routledge. 7. Zerfass, A., Verčič, D., Nothhaft, H., & Werder, K. P. (2018). Strategic communication: Defining the field and its contribution to research and practice. International Journal of Strategic Communication, 12(4), 487-505.
7.1. Referințe bibliografice suplimentare	

8. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului²³

- Se realizează prin consultarea periodică a acestora și prin colaborări în contextul activităților aplicative

9. Evaluare

Tip activitate	11.1 Criterii de evaluare	11.2 Metode de evaluare		11.3 Pondere din nota finală	Obs. ²⁴
11.4a Examen / Colocviu	Cunoștințe teoretice și practice însușite (cantitatea, corectitudinea, acuratețea)	Teste pe parcurs ²⁵ :	25%	50% (minim 5)	
		Teme de casă:	%		
		Alte activități ²⁶ :	%		
		Evaluare finală:	25% (min. 5)		
11.4b Seminar	Frecvența/relevanța intervențiilor sau răspunsurilor	Realizarea campanie PR (30%) Prezentare campanie PR (20%)		50% (minim 5)	
11.4c Laborator	Cunoașterea aparaturii, a modului de utilizare a instrumentelor specifice; evaluarea unor instrumente sau realizări, prelucrarea și interpretarea unor rezultate			(minim 5)	

²³ Legătura cu alte discipline, utilitatea disciplinei pe piața muncii

²⁴ CPE – condiționează participarea la examen; nCPE – nu condiționează participarea la examen; CEF - condiționează evaluarea finală; N/A – nu se aplică

²⁵ Se va preciza numărul de teste și săptămânile în care vor fi susținute.

²⁶ Cercuri științifice, concursuri profesionale etc.



11.4d Proiect	• Calitatea proiectului realizat, corectitudinea documentației proiectului, justificarea soluțiilor alese		% (minim 5)	
11.5 Standard minim de performanță ²⁷				50%

Fișa disciplinei cuprinde componente adaptate persoanelor cu CES (persoane cu dizabilități și persoane cu potențial înalt), în funcție de tipul și gradul acestora, la nivelul tuturor elementelor curriculare (competențe, obiective, conținuturi, metode de predare, evaluare alternativă), pentru a asigura șanse echitabile în pregătirea academică a tuturor studenților, acordând atenție sporită nevoilor individuale de învățare.

Data completării: | 1 | 5 | / | 0 | 9 | / | 2 | 0 | 2 | 5 |

Data avizării în Departament: | 2 | 3 | / | 0 | 9 | / | 2 | 0 | 2 | 5 |

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular disciplină	Lect. Dr. Anabella-Maria Beju-Aleman	
Responsabil program de studii	Conf. Univ. Dr. Raluca Mureșan	
Director Departament	Conf. Univ. dr. Adela-Elena Popa	

²⁷ Se particularizează la specificul disciplinei standardul minim de performanță din grila de competențe a programului de studii, dacă este cazul.

FIȘA DISCIPLINEI

Anul universitar 2025 - 2026

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Lucian Blaga din Sibiu
1.2. Facultatea	Științe Socio-Umane
1.3. Department	ASJRPS
1.4. Domeniul de studiu	Științele comunicării
1.5. Ciclul de studii ¹	Licenta
1.6. Specializarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Branding corporatist	Cod	FSSU.ASJ.CRP.L.SO.5.2010.E-4.2
2.2. Titular activități de curs	Lector doctor Razvan Enache		
2.3. Titular activități practice	Lector doctor Razvan Enache		
2.4. An de studiu ²	3	2.5. Semestrul ³	3
2.6. Tipul de evaluare ⁴	E		
2.7. Regimul disciplinei ⁵	O	2.8. Categoria formativă a disciplinei ⁶	S

3. Timpul total estimat

3.1. Extinderea disciplinei în planul de învățământ – număr de ore pe săptămână					
3.1.a.Curs	3.1.b. Seminar	3.1.c. Laborator	3.1.d. Proiect	3.1.e Alte	Total
2	1				3
3.2. Extinderea disciplinei în planul de învățământ – Total ore din planul de învățământ					
3.2.a.Curs	3.2.b. Seminar	3.2.c. Laborator	3.2.d. Proiect	3.2.e Alte	Total ⁷
28	14				42
Distribuția fondului de timp pentru studiu individual ⁸					Nr. ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					40
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					10

¹ Licență / Master

² 1-4 pentru licență, 1-2 pentru master

³ 1-8 pentru licență, 1-3 pentru master

⁴ Examen, colocviu sau VP A/R – din planul de învățământ

⁵ Regim disciplină: O=Disciplină obligatorie; A=Disciplină opțională; U=Facultativă

⁶ Categoria formativă: S=Specialitate; F=Fundamentală; C=Complementară; I=Asistată integral; P=Asistată parțial; N=Neasistată

⁷ Este egal cu 14 săptămâni x numărul de ore de la punctul 3.1 (similar pentru 3.2.a.b.c.)

⁸ Linile de mai jos se referă la studiul individual; totalul se completează la punctul 3.37.



Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	4
Tutoriat ⁹	2
Examinări ¹⁰	2
3.3. Total ore alocate studiului individual¹¹ (NOSIsem)	58
3.4. Total ore din Planul de învățământ (NOADsem)	42
3.5. Total ore pe semestru¹² (NOADsem + NOSIsem)	100
3.6. Nr ore / ECTS	25
3.7. Număr de credite¹³	4

⁹ Între 7 și 14 ore

¹⁰ Între 2 și 6 ore

¹¹ Suma valorilor de pe liniile anterioare, care se referă la studiul individual.

¹² Suma (3.5.) dintre numărul de ore de activitate didactică directă (NOAD) și numărul de ore de studiu individual (NOSI) trebuie să fie egală cu numărul de credite alocate disciplinei (punctul 3.7) x nr. ore pe credit (3.6.). De asemenea, se recomandă ca numărul orelor de studiu individual să fie cel puțin egal cu cel al orelor de pregătire universitară formată din ore didactice

¹³ Numărul de credit se calculează după formula următoare și se rotunjește la valori vecine întregi (fie prin micșorare fie prin majorare)

$$\text{Nr.credite} = \text{NOCpSpD} \times \text{CC} + \text{NOApSpD} \times \text{CATOCpSpD} \times \text{CC} + \text{TOApSpD} \times \text{CA} \times 30 \text{ credite}$$

Unde:

- NOCpSpD = Număr ore curs/săptămână/disciplina pentru care se calculează creditele
- NOApSpD = Număr ore aplicații (sem./lab./pro.)/săptămână/disciplina pentru care se calculează creditele
- TOCpSpD = Număr total ore curs/săptămână din plan
- TOApSpD = Număr total ore aplicații (sem./lab./pro.)/săptămână din plan
- C_C/C_A = Coeficienți curs/aplicații calculate conform tabelului

Coeficienți

Curs

Aplicații (S/L/P)

Licență

2

1

Master

2,5

1,5

Licență lb. străină

2,5

1,25

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. Discipline necesar a fi promovate anterior (de curriculum) ¹⁴	
4.2. Competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului ¹⁵	
5.2. De desfășurare a activităților practice (lab/sem/pr/aplic) ¹⁶	

6. Rezultate ale învățării¹⁷

Numărul de credite alocate disciplinei: 4				
Rezultatele învățării				Repartizare credite pe rezultatele învățării
Nr. crt.	Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie	
RÎ 1	C.6.1. identifică principiile relațiilor publice și managementului reputației și factorii de influență asupra percepțiilor părților interesate sau asupra categoriilor de public în raport cu o organizație, cu marca (brandul) acesteia sau în raport cu o persoană.			2
RÎ 2		A.6.1. evaluează percepția publică, participă în rețele profesionale și inițiază conversații în raport cu o persoană publică, o organizație sau o marcă (brand).		1
RÎ 3			R.6.1. aplică principii și metodologii specifice domeniului pentru a realiza cercetări ale opiniei publice în raport cu un subiect, o	1

¹⁴ Se menționează disciplinele obligatoriu a fi promovate anterior sau echivalente

¹⁵ Tablă, videoproiector, flipchart, materiale didactice specifice, platforme on-line etc.

¹⁶ Tehnică de calcul, pachete software, standuri experimentale, platforme on-line etc.

¹⁷ Rezultatele învățării se vor menționa în funcție de standardele specifice ale Comisiilor de specialitate ARACIS (<https://www.aracis.ro/ghiduri/>)

			persoană publică, o organizație, o marcă (brand).	
--	--	--	---	--

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

7.1. Obiectivul general	Oferă studenților cunoștințele, abilitățile și mentalitatea strategică necesare pentru a construi, gestiona și susține branduri corporative puternice care creează valoare pentru organizații și promovează relații durabile cu părțile interesate.
7.2. Obiectivele specifice	Definirea conceptelor-cheie precum identitatea mărcii, imaginea mărcii, valoarea mărcii și poziționarea mărcii într-un context corporativ. Proiectarea unei arhitecturi de brand coerente și a strategiilor de poziționare aliniate cu viziunea, misiunea și valorile organizației.

8. Conținuturi

8.1. Curs¹⁸		Metode de predare¹⁹	Nr. ore
Curs 1	Conceptul de brand în comunicarea publicitară actuală.	Prelegere	2
Curs 2	Construcția imaginii de marcă.	Prelegere	2
Curs 3	Alegerea numelui de marcă.	Prelegere	2
Curs 4	Perspective psiho-sociologice asupra imaginii de marcă.	Prelegere	2
Curs 5	Logo-ul.	Prelegere	2
Curs 6	Capitalul de brand.	Prelegere	2
Curs 7	Strategii de poziționare.	Prelegere	2
Curs 8	Brandingul corporatist ca instrument de promovare organizațională.	Prelegere	2
Curs 9	Înțelegerea și utilizarea datelor contextului organizațional și mediatic.	Prelegere	2
Curs 10	Interdependența dintre cultura organizațională și imaginea corporației.	Prelegere	2
Curs 11	Raportul dintre brandingul de produs și brandingul de corporație.	Prelegere	2
Curs 12	Brandingul corporatist ca strategie de focalizare a diverselor interese organizaționale	Prelegere	2
Curs 13	Vizibilitatea, recunoașterea și reputația în condiții de criză de imagine.	Prelegere	2
Curs 14	Evaluarea transgresiunilor conceptuale din sfera marketingului.	Prelegere	2
Total ore curs:			28

8.2. Activități practice

¹⁸ Titluri de capitole și paragrafe

¹⁹ Expunere, prelegere, prezentare la tablă a problematicei studiate, utilizare videoproiector, discuții cu studenții (pentru fiecare capitol, dacă este cazul)

Activități practice (8.2.a. Seminar²⁰/ 8.2.b. Laborator²¹/ 8.2.c. Proiect²²)	Metode de predare	Nr. ore
Identificarea utilizărilor abuzive ale conceptului de brand.	Analize, discutii	2
Conceperea unor strategii de construcție a imaginii de marcă.	Exercitii	2
Studierea numelor de marcă de pe piața națională și locală.	Analize de lucrari	2
Variante de logo-uri.	Analize, discutii	2
Aspecte ale capitalului de brand.	Analize, discutii	2
Analizarea de reclame tiparite.	Analize de lucrari	2
Propunerea unor scenarii pentru reclame.	Exercitii	2
Total ore seminar/laborator		14

9. Bibliografie

9.1. Referințe bibliografice recomandate	Aaker, David A., <i>Managementul capitalului de brand</i> , Brandbuilders, 2005.
	Olins, Wally, <i>Despre brand</i> , Comunicare.ro, 2010.
9.2. Referințe bibliografice suplimentare	Ries, Al, Trout, Jack, <i>Poziționarea. Lupta pentru un loc în mintea ta</i> , Brandbuilders, 2004.

10. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului²³

•

11. Evaluare

Tip activitate	11.1 Criterii de evaluare	11.2 Metode de evaluare		11.3 Pondere din nota finală	Obs. ²⁴
11.4a Examen / Colocviu	• Cunoștințe teoretice și practice însușite (cantitatea, corectitudinea, acuratețea)	Teste pe parcurs ²⁵ :	%	70 % (minim 5)	
		Teme de casă:	%		
		Alte activități ²⁶ :	%		
		Evaluare finală:	70 % (min. 5)		
11.4b Seminar	• Frecvența/relevanța intervențiilor sau răspunsurilor			30 % (minim 5)	
11.4c Laborator	• Cunoașterea aparaturii, a modului de utilizare a instrumentelor specifice;	•		% (minim 5)	

²⁰ Discuții, dezbateri, prezentare și/sau analiză de lucrări, rezolvare de exerciții și probleme

²¹ Demonstrație practică, exercițiu, experiment

²² Studiu de caz, demonstrație, exercițiu, analiza erorilor etc.

²³ Legătura cu alte discipline, utilitatea disciplinei pe piața muncii

²⁴ CPE – condiționează participarea la examen; nCPE – nu condiționează participarea la examen; CEF - condiționează evaluarea finală; N/A – nu se aplică

²⁵ Se va preciza numărul de teste și săptămânile în care vor fi susținute.

²⁶ Cercuri științifice, concursuri profesionale etc.



	evaluarea unor instrumente sau realizări, prelucrarea și interpretarea unor rezultate			
11.4d Proiect	• Calitatea proiectului realizat, corectitudinea documentației proiectului, justificarea soluțiilor alese	•	% (minim 5)	
11.5 Standard minim de performanță ²⁷				

Fișa disciplinei cuprinde componente adaptate persoanelor cu CES (persoane cu dizabilități și persoane cu potențial înalt), în funcție de tipul și gradul acestora, la nivelul tuturor elementelor curriculare (competențe, obiective, conținuturi, metode de predare, evaluare alternativă), pentru a asigura șanse echitabile în pregătirea academică a tuturor studenților, acordând atenție sporită nevoilor individuale de învățare.

Data completării: 19.09.2025

Data avizării în Departament: 23.09.2025

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular disciplină	Lector universitar doctor Răzvan Enache	
Responsabil program de studii	Conferențiar universitar doctor Raluca Mureșan	
Director Departament	Conferențiar universitar doctor Adela Popa	

²⁷ Se particularizează la specificul disciplinei standardul minim de performanță din grila de competențe a programului de studii, dacă este cazul.

FIȘA DISCIPLINEI

Anul universitar 2025 - 2026

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Lucian Blaga din Sibiu
1.2. Facultatea	Științe Socio-Umane
1.3. Departament	ASJRPS
1.4. Domeniul de studiu	Științe ale comunicării
1.5. Ciclul de studii ¹	Licență
1.6. Specializarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	ORGANIZAREA EVENIMENTELOR DE RELAȚII PUBLICE			Cod	FSSU.ASJ.CRP.L.S O.5.1020.C-4.3
2.2. Titular activități de curs	Conf. univ. dr. Raluca Mureșan				
2.3. Titular activități practice	Asist. univ. drd. Alberto Duhovnicu				
2.4. An de studiu ²	3	2.5. Semestrul ³	5	2.6. Tipul de evaluare ⁴	C
2.7. Regimul disciplinei ⁵	O	2.8. Categoria formativă a disciplinei ⁶	S		

3. Timpul total estimat

3.1. Extinderea disciplinei în planul de învățământ – <i>număr de ore pe săptămână</i>					
3.1.a.Curs	3.1.b. Seminar	3.1.c. Laborator	3.1.d. Proiect	3.1.e Alte	Total
1	-	2	-	-	3
3.2. Extinderea disciplinei în planul de învățământ – <i>total ore din planul de învățământ</i>					
3.2.a.Curs	3.2.b. Seminar	3.2.c. Laborator	3.2.d. Proiect	3.2.e Alte	Total ⁷
14		28			42
Distribuția fondului de timp pentru studiu individual⁸					Nr. ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					16
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					10
Tutoriat ⁹					8
Examinări ¹⁰					4
3.3. Total ore alocate studiului individual¹¹ ($NOSI_{sem}$)					58
3.4. Total ore din Planul de învățământ ($NOAD_{sem}$)					42
3.5. Total ore pe semestru¹² ($NOAD_{sem} + NOSI_{sem}$)					100
3.6. Nr ore / ECTS					25
3.7. Număr de credite¹³					4

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. Discipline necesar a fi promovate anterior (de curriculum) ¹⁴	Nu este cazul.
4.2. Competențe	Abilități de a valorifica bibliografia (clasică sau electronică); Competențe de operare pe calculator (minimal: Word, Internet Explorer).

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului ¹⁵	Videoproiector; Platformă online (Google Classroom)
5.2. De desfășurare a activităților practice (lab/sem/pr/alte) ¹⁶	Platformă online (Google Classroom)

6. Rezultate ale învățării ¹⁷

Numărul de credite alocat disciplinei: 4				
Rezultatele învățării				Repartizare credite pe rezultatele învățării
Nr. crt.	Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie	
Rî 1	C.6.2. La finalul cursului studentul/absolventul va fi capabil să diferențieze între strategiile și design-urile de comunicare specifice diferitelor contexte de comunicare organizaționale sau situaționale.			1
Rî 2			R.6.2. La finalul cursului studentul/absolventul va fi capabil să redacteze comunicate de presă și să producă alte materiale de relații publice, respectiv mesaje adaptate la specificul diferitelor canale media și platforme digitale pentru a fi utilizate în contextul comunicării unei persoane publice, organizații sau mărci (brand).	1
Rî 3			R.7.3. La finalul cursului studentul/absolventul va fi capabil să colaboreze cu alte persoane în cadrul unor echipe pentru a rezolva	1

			probleme profesionale specifice.	
RÎ 4			R.7.4. La finalul cursului studentul/absolventul va fi capabil să planifice/își asume și respecte termene strânse pentru a realiza sarcini sau proiecte profesionale.	1

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

7.1. Obiectivul general	Însușirea cunoștințelor necesare pentru planificarea și organizarea unor evenimente, ca instrumente indispensabile în domeniul relațiilor publice.
7.2. Obiectivele specifice	Dezvoltarea abilităților de gestionare a activității de planificare și organizare de evenimente: coordonarea invitațiilor, contactarea sponsorilor, stabilirea bugetului, încheierea de parteneriate cu mass-media, evaluarea corectă a evenimentului etc. Înțelegerea modului în care sunt concepute strategiile de comunicare și promovare a evenimentelor. Corelarea cunoștințelor teoretice cu cele practice în vederea rezolvării unor situații profesionale uzuale.

8. Conținuturi

8.1. Curs ¹⁸		Metode de predare ¹⁹	Nr. ore
Curs 1	Definiția și tipologia evenimentelor	Prelegere, utilizare videoproiector	2
Curs 2	Impactul social și economic al evenimentelor	Prelegere, utilizare videoproiector	2
Curs 3	Conceptul unui eveniment: conținut și formă exterioară	Prelegere, utilizare videoproiector	2
Curs 4	Arhitectura evenimentului și punerea în scenă	Prelegere, utilizare videoproiector	2
Curs 5	Promovarea și comunicarea unui eveniment	Prelegere, utilizare videoproiector	2
Curs 6	Principalele riscuri în organizarea de evenimente. Norme legale	Prelegere, utilizare videoproiector	2
Curs 7	Bugetul unui eveniment. Evaluarea evenimentului	Prelegere, utilizare videoproiector	2
Total ore curs:			14

8.2. Activități practice

Activități practice (8.2.a. Seminar ²⁰ / 8.2.b. Laborator ²¹ / 8.2.c. Proiect ²²)	Metode de predare	Nr. ore
Act. 1. Obiectivele urmărite de organizatorii de evenimente. Studiu de caz	Discuții, dezbateri, studii de caz	2
Act. 2. Impactul evenimentelor asupra mediului. Studiu de caz	Discuții, dezbateri, studii de caz	2

Act. 3. Factori care contribuie la succesul sau insuccesul unui eveniment. Studii de caz	Discuții, dezbateri, studii de caz	2
Act. 4. Creativitatea în design-ul evenimentului	Discuții, prezentare de lucrări	2
Act. 5. Analiza unor evenimente locale pentru identificarea etapelor planificării și organizării	Discuții, prezentare de lucrări	2
Act. 6. Etapele planificării evenimentului: de la concept la follow-up	Discuții, dezbateri, exerciții	2
Act. 7. Promovarea online și offline a evenimentului	Discuții, dezbateri, exerciții	2
Act. 8. Rolul afișului în promovarea evenimentului	Discuții, dezbateri, exerciții	2
Act. 9. Realizarea planului de comunicare a evenimentului	Discuții, dezbateri, exerciții	2
Act. 10. Analiza unor evenimente de succes din perspectiva arhitecturii și punerii în scenă	Discuții, prezentare de lucrări	2
Act. 11. Riscuri în organizarea evenimentelor. Studiu de caz	Discuții, dezbateri, studii de caz	2
Act. 12. Calcularea bugetului unui eveniment. Aplicații practice	Discuții, prezentare de lucrări	2
Act. 13. Instrumente pentru evaluarea evenimentului. Studiu de caz	Discuții, dezbateri, studii de caz	2
Act. 14. Acțiuni post-eveniment (comunicarea post-eveniment, monitorizare presă, rapoarte sponsori etc.)	Discuții, dezbateri, exerciții	2
Total ore seminar/laborator		28

9. Bibliografie

9.1. Referințe bibliografice recomandate	Mureșan, Raluca, <i>Organizarea evenimentelor de relații publice</i> , Ed. Academiei Forțelor Terestre “Nicolae Bălcescu” Sibiu, 2016.
	Oprea D., Meșniță G., Alexa M., <i>Managementul evenimentelor: personale, organizaționale, internaționale</i> , Ed. Polirom, Iași, 2016.
	Schäfer-Mehdi, Stephan, <i>Organizarea evenimentelor</i> , Ed. All, București, 2008.
9.2. Referințe bibliografice suplimentare	Balaban Delia, Abrudan Mirela, <i>Tendențe în PR și publicitate. Planificarea strategică și instrumente de comunicare</i> , Ed. Tritonic, București, 2008.
	Bowdin, Glenn, A.J., Allen, Johnny, O’Toole, Harris, Robert, McDonnell, Ian, <i>Events Management</i> , Butterworth-Heinemann Publications, Oxford, U. K., 2006.
	Chiriac, Crina, Alexandra, <i>Asistența turistică în organizarea de evenimente</i> , Editura THR-CG, București, 2004.
	Florea, Constantin, <i>Organizarea de evenimente și banqueting în structurile de primire</i> , Editura THR-CG, București, 2004.
	Getz, Donald, <i>Event Studies. Theory, Research and Policy for Planned Events</i> , Butterworth-Heinemann Publications, Oxford, U.K., 2007.
	Moise, Zamfir, <i>Marketing prin intermediul târgurilor și expozițiilor</i> , Ed. ALL, București, 1997.
	Stănciulescu, Gabriela, <i>Managementul operațiunilor în turismul de evenimente</i> , Ed. ASE, București, 2010.

10. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului²³

Proiectarea conținuturilor disciplinei a avut în vedere asigurarea unui nivel mediu de cunoștințe care să le permită absolvenților desfășurarea de activități specifice domeniului relațiilor publice.
Conținuturile disciplinei sunt elaborate pe baza unor materiale cu caracter științific recunoscute în plan internațional și sunt în concordanță cu așteptările angajatorilor din domeniul aferent programului.

11. Evaluare

Tip activitate	11.1 Criterii de evaluare	11.2 Metode de evaluare		11.3 Pondere din nota finală	Obs.24
11.4a Examen / Colocviu	• Cunoștințe teoretice și practice însușite (cantitatea, corectitudinea, acuratețea)	Teste pe parcurs ²⁵ :	%	60% (minim 5)	
		Teme de casă:	%		
		Alte activități ²⁶ :	%		
		Evaluare finală:	60% (min. 5)		
11.4b Seminar	• Frecvența/relevanța intervențiilor sau răspunsurilor			% (minim 5)	
11.4c Laborator	• Cunoașterea aparaturii, a modului de utilizare a instrumentelor specifice; evaluarea unor instrumente sau realizări, prelucrarea și interpretarea unor rezultate			40% (minim 5)	
11.4d Proiect	• Calitatea proiectului realizat, corectitudinea documentației proiectului, justificarea soluțiilor alese			% (minim 5)	
11.5 Standard minim de performanță ²⁷ La examenul final să dovedească îndeplinirea criteriilor de evaluare la nivelul de 50% din punctajul maxim, răspunsurile să nu cuprindă erori grave.					

Fișa disciplinei cuprinde componente adaptate persoanelor cu CES (persoane cu dizabilități și persoane cu potențial înalt), în funcție de tipul și gradul acestora, la nivelul tuturor elementelor curriculare (competențe, obiective, conținuturi, metode de predare, evaluare alternativă), pentru a asigura șanse echitabile în pregătirea academică a tuturor studenților, acordând atenție sporită nevoilor individuale de învățare.

Data completării: 1_1_7_1 / 1_0_9_1 / 1_2_0_2_5_1

Data avizării în Departament: 1_2_3_1 / 1_0_9_1 / 1_2_0_2_5_1

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular disciplină	Conf. univ. dr. Raluca Mureșan	
Responsabil program de studii	Conf. univ. dr. Raluca Mureșan	

Director Departament	Conf. univ. dr. Adela Popa	
-----------------------------	----------------------------	--

¹ Licență / Master

² 1-4 pentru licență, 1-2 pentru master

³ 1-8 pentru licență, 1-3 pentru master

⁴ Examen, colocviu sau VP A/R – din planul de învățământ

⁵ Regim disciplină: O=Disciplină obligatorie; A=Disciplină opțională; U=Facultativă

⁶ Categoria formativă: S=Specialitate; F=Fundamentală; C=Complementară; I=Asistată integral; P=Asistată parțial; N=Neasistată

⁷ Este egal cu 14 săptămâni x numărul de ore de la punctul 3.1 (similar pentru 3.2.a.b.c.d.e.)

⁸ Liniile de mai jos se referă la studiul individual; totalul se completează la punctul 3.37.

⁹ Între 7 și 14 ore

¹⁰ Între 2 și 6 ore

¹¹ Suma valorilor de pe liniile anterioare, care se referă la studiul individual.

¹² Suma (3.5.) dintre numărul de ore de activitate didactică directă (NOAD) și numărul de ore de studiu individual (NOSI) trebuie să fie egală cu numărul de credite alocate disciplinei (punctul 3.7) x nr. ore pe credit (3.6.). De asemenea, se recomandă ca numărul orelor de studiu individual să fie cel puțin egal cu cel al orelor de pregătire universitară formată din ore didactice

¹³ Numărul de credit se calculează după formula următoare și se rotunjește la valori vecine întregi (fie prin micșorare fie prin majorare)

$$\text{Nr. credite} = \frac{\text{NOCpSpD} \times C_c + \text{NOApSpD} \times C_A}{\text{TOCpSdP} \times C_c + \text{TOApSdP} \times C_A} \times 30 \text{ credite}$$

Unde:

- NOCpSpD = Număr ore curs/săptămână/disciplina pentru care se calculează creditele
- NOApSpD = Număr ore aplicații (sem./lab./pro.)/săptămână/disciplina pentru care se calculează creditele
- TOCpSdP = Număr total ore curs/săptămână din plan
- TOApSdP = Număr total ore aplicații (sem./lab./pro.)/săptămână din plan
- C_c/C_A = Coeficienți curs/aplicații calculate conform tabelului

Coeficienți	Curs	Aplicații (S/L/P)
Licență	2	1
Master	2,5	1,5
Licență lb. străină	2,5	1,25

¹⁴ Se menționează disciplinele obligatoriu a fi promovate anterior sau echivalente

¹⁵ Tablă, videoproiector, flipchart, materiale didactice specifice, platforme on-line etc.

¹⁶ Tehnică de calcul, pachete software, standuri experimentale, platforme on-line etc.

¹⁷ Rezultatele învățării se vor menționa în funcție de standardele specifice ale Comisiilor de specialitate ARACIS (<https://www.aracis.ro/ghiduri/>)

¹⁸ Titluri de capitole și paragrafe

¹⁹ Expunere, prelegere, prezentare la tablă a problematicei studiate, utilizare videoproiector, discuții cu studenții (pentru fiecare capitol, dacă este cazul)

²⁰ Discuții, dezbateri, prezentare și/sau analiză de lucrări, rezolvare de exerciții și probleme

²¹ Demonstrație practică, exercițiu, experiment

²² Studiu de caz, demonstrație, exercițiu, analiza erorilor etc.

²³ Legătura cu alte discipline, utilitatea disciplinei pe piața muncii

²⁴ CPE – condiționează participarea la examen; nCPE – nu condiționează participarea la examen; CEF - condiționează evaluarea finală; N/A – nu se aplică

²⁵ Se va preciza numărul de teste și săptămânile în care vor fi susținute.

²⁶ Cercuri științifice, concursuri profesionale etc.

²⁷ Se particularizează la specificul disciplinei standardul minim de performanță din grila de competențe a programului de studii, dacă este cazul.

FIȘA DISCIPLINEI

Anul universitar 2025 - 2026

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Lucian Blaga din Sibiu
1.2. Facultatea	Științe Socio-Umane
1.3. Departament	ASJRPS
1.4. Domeniul de studiu	Științe ale comunicării
1.5. Ciclul de studii ¹	Licență
1.6. Specializarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Practică de specialitate 3	Cod	FSSU.ASJ.CRP.L.SO.5.P56.C-4.4
2.2. Titular activități de curs	Lect. univ. dr. Ioana Adela Curta		
2.3. Titular activități practice	Lect. univ. dr. Ioana Adela Curta		
2.4. An de studiu ²	3	2.5. Semestrul ³	5
2.6. Tipul de evaluare ⁴	C		
2.7. Regimul disciplinei ⁵	O	2.8. Categoria formativă a disciplinei ⁶	S

3. Timpul total estimat

3.1. Extinderea disciplinei în planul de învățământ – număr de ore pe săptămână					
3.1.a.Curs	3.1.b. Seminar	3.1.c. Laborator	3.1.d. Proiect	3.1.e Alte	Total
-	-	4	-	-	4
3.2. Extinderea disciplinei în planul de învățământ – total ore din planul de învățământ					
3.2.a.Curs	3.2.b. Seminar	3.2.c. Laborator	3.2.d. Proiect	3.2.e Alte	Total ⁷
-	-	56	-	-	56
Distribuția fondului de timp pentru studiu individual ⁸					Nr. ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					

¹ Licență / Master

² 1-4 pentru licență, 1-2 pentru master

³ 1-8 pentru licență, 1-3 pentru master

⁴ Examen, colocviu sau VP A/R – din planul de învățământ

⁵ Regim disciplină: O=Disciplină obligatorie; A=Disciplină opțională; U=Facultativă

⁶ Categoria formativă: Categoria formativă: Aprofundare=R; Complementară=C; Domeniu= D, Fundamentală=F; Sinteză=Z; Specialitate=S; Universitate=T

⁷ Este egal cu 14 săptămâni x numărul de ore de la punctul 3.1 (similar pentru 3.2.a.b.c.d.e.)

⁸ Liniile de mai jos se referă la studiul individual; totalul se completează la punctul 3.37.



Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	15
Tutoriat ⁹	5
Examinări ¹⁰	4
3.3. Total ore alocate studiului individual¹¹ ($NOSI_{sem}$)	44
3.4. Total ore din Planul de învățământ ($NOAD_{sem}$)	56
3.5. Total ore pe semestru¹² ($NOAD_{sem} + NOSI_{sem}$)	100
3.6. Nr ore / ECTS	25
3.7. Număr de credite¹³	4

⁹ Între 7 și 14 ore

¹⁰ Între 2 și 6 ore

¹¹ Suma valorilor de pe liniile anterioare, care se referă la studiul individual.

¹² Suma (3.5.) dintre numărul de ore de activitate didactică directă (NOAD) și numărul de ore de studiu individual (NOSI) trebuie să fie egală cu numărul de credite alocate disciplinei (punctul 3.7) x nr. ore pe credit (3.6.)

¹³ Numărul de credit se calculează după formula următoare și se rotunjește la valori vecine întregi (fie prin micșorare fie prin majorare)

$$\text{Nr.credite} = \text{NOCpSpD} \times \text{CC} + \text{NOApSpD} \times \text{CATOCpSpD} \times \text{CC} + \text{TOApSpD} \times \text{CA} \times 30 \text{ credite}$$

Unde:

- NOCpSpD = Număr ore curs/săptămână/disciplina pentru care se calculează creditele
- NOApSpD = Număr ore aplicații (sem./lab./pro.)/săptămână/disciplina pentru care se calculează creditele
- TOCpSpD = Număr total ore curs/săptămână din plan
- TOApSpD = Număr total ore aplicații (sem./lab./pro.)/săptămână din plan
- C_C/C_A = Coeficienți curs/aplicații calculate conform tabelului

Coeficienți

Curs

Aplicații (S/L/P)

Licență

2

1

Master

2,5

1,5

Licență lb. străină

2,5

1,25

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. Discipline necesar a fi promovate anterior (de curriculum) ¹⁴	-
4.2. Competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului ¹⁵	-
5.2. De desfășurare a activităților practice (lab/sem/pr/alte) ¹⁶	-

6. Rezultate ale învățării ¹⁷

Numărul de credite alocat disciplinei: 4				
Rezultatele învățării				Repartizare credite pe rezultatele învățării
Nr. crt.	Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie	
Rî 1		A.7.2. Studentul/absolventul are capacitatea de a selecta subiecte comune cu alte persoane pentru facilitarea comunicării în context profesional;		2
Rî 2			R.7.3. Studentul/absolventul poate colabora cu alte persoane în cadrul unor echipe pentru a rezolva probleme profesionale specifice;	2

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

7.1. Obiectivul general	Dezvoltarea și îmbunătățirea capacităților de a realiza materiale specifice domeniului Relații Publice
7.2. Obiectivele specifice	Dezvoltarea abilităților de lucru în echipă, cunoașterea și înțelegerea profesiei de specialist în relații publice.

¹⁴ Se menționează disciplinele obligatoriu a fi promovate anterior sau echivalente

¹⁵ Tablă, videoproiector, flipchart, materiale didactice specifice, platforme on-line etc.

¹⁶ Tehnică de calcul, pachete software, standuri experimentale, platforme on-line etc.

¹⁷ Rezultatele învățării se vor menționa în funcție de standardele specifice ale Comisiilor de specialitate ARACIS (<https://www.aracis.ro/ghiduri/>)

8. Conținuturi

8.1. Curs ¹⁸		Metode de predare ¹⁹	Nr. ore
Curs 1			
Curs 2			
Curs 3			
Curs 4			
Curs 5			
Curs 6			
Curs 7			
Curs 8			
Curs 9			
Curs 10			
Curs 11			
Curs 12			
Curs 13			
Curs 14			
Total ore curs:			

8.2. Activități practice

8.2.b. Laborator		Metode de predare ²⁰	Nr. ore
Laborator 1	Documentare, realizare și tehoredactare de materiale specifice specialistului în CRP	Discuții, prezentare de lucrări	4
Laborator 2	Documentare, realizare și tehoredactare de materiale specifice specialistului în CRP	Discuții, prezentare de lucrări	4
Laborator 3	Documentare, realizare și tehoredactare de materiale specifice specialistului în CRP	Discuții, prezentare de lucrări	4
Laborator 4	Documentare, realizare și tehoredactare de materiale specifice specialistului în CRP	Discuții, prezentare de lucrări	4
Laborator 5	Documentare, realizare și tehoredactare de materiale specifice specialistului în CRP	Discuții, prezentare de lucrări	4
Laborator 6	Documentare, realizare și tehoredactare de materiale specifice specialistului în CRP	Discuții, prezentare de lucrări	4
Laborator 7	Documentare, realizare și tehoredactare de materiale specifice specialistului în CRP	Discuții, prezentare de lucrări	4
Laborator 8	Documentare, realizare și tehoredactare de materiale specifice specialistului în CRP	Discuții, prezentare de lucrări	4
Laborator 9	Documentare, realizare și tehoredactare de materiale specifice specialistului în CRP	Discuții, prezentare de lucrări	4

¹⁸ Titluri de capitole și paragrafe

¹⁹ Expunere, prelegere, prezentare la tablă a problematicei studiate, utilizare videoproiector, discuții cu studenții (pentru fiecare capitol, dacă este cazul)

²⁰ Discuții, dezbateri, prezentare și/sau analiză de lucrări, rezolvare de exerciții și probleme

Laborator 10	Documentare, realizare și tehnoredactare de materiale specifice specialistului în CRP	Discuții, prezentare de lucrări	4
Laborator 11	Documentare, realizare și tehnoredactare de materiale specifice specialistului în CRP	Discuții, prezentare de lucrări	4
Laborator 12	Documentare, realizare și tehnoredactare de materiale specifice specialistului în CRP	Discuții, prezentare de lucrări	4
Laborator 13	Documentare, realizare și tehnoredactare de materiale specifice specialistului în CRP	Discuții, prezentare de lucrări	4
Laborator 14	Documentare, realizare și tehnoredactare de materiale specifice specialistului în CRP	Discuții, prezentare de lucrări	4
Total ore laborator			56

9. Bibliografie

9.1. Referințe bibliografice recomandate	Coman, Cristina, Relațiile publice și mass-media, Ed. Polirom, Iași, 2004
	David, George, Tehnici de relații publice: comunicarea cu mass-media, Ed. Polirom, Iași, 2008
	Newsom, Doug, VanSlyke Turk, Judy, Kruckeberg, Dean, Totul despre relațiile publice, Ed. Polirom, Iași, 2003
9.2. Referințe bibliografice suplimentare	Bland, Michael, Theaker, Alison, Wragg, David, Relațiile eficiente cu mass-media, Ed. Comunicare.ro
	Dagenais, Bernard, Profesia de relaționist, Ed. Polirom, Iași, 2002
	Newsom, Doug, Carrell, Bob, <i>Redactarea Materialelor de relații publice</i> , Ed. Polirom Iași, 2004.

10. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului²¹

Conceperea conținuturilor disciplinei a avut în vedere asigurarea unui nivel mediu de cunoștințe care să le permită absolvenților desfășurarea de activități în cadrul agențiilor de publicitate. Conținuturile disciplinei răspund așteptărilor reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului de studiu, fiind elaborate pe baza unor materiale cu caracter științific recunoscute în plan internațional și sunt în concordanță cu așteptările angajatorilor din domeniul aferent programului.

11. Evaluare

Tip activitate	11.1 Criterii de evaluare	11.2 Metode de evaluare		11.3 Pondere din nota finală	Obs. ²²
11.4a Examen / Colocviu	● Cunoștințe teoretice și practice însușite (cantitatea,	Teste pe parcurs ²³ :	P _{1.1} =20% N _{1.1} ≥5	P ₁ =75% N ₁ ≥5	P ₁ = P _{1.1} + P _{1.2} + P _{1.3} + P _{1.4} CPE
		Teme de casă:	P _{1.2} =5% N _{1.2} ≥5		

²¹ Legătura cu alte discipline, utilitatea disciplinei pe piața muncii

²² CPE – condiționează participarea la examen; nCPE – nu condiționează participarea la examen; CEF - condiționează evaluarea finală; N/A – nu se aplică

²³ Se va preciza numărul de teste și săptămânile în care vor fi susținute.

	corectitudinea, acuratețea)	Alte activități ²⁴ :	P _{1.3} = _ % N _{1.3} ≥5		
		Evaluare finală:	P _{1.4} = 50% N _{1.4} ≥5		
11.4b Seminar	• Frecvența/relevanța intervențiilor sau răspunsurilor	Evidența intervențiilor, portofoliu de lucrări (referate, sinteze științifice)	P ₂ = _ % N ₂ ≥5		CPE
11.4c Laborator	• Cunoașterea aparaturii, a modului de utilizare a instrumentelor specifice; evaluarea unor instrumente sau realizări, prelucrarea și interpretarea unor rezultate	• Caiet de laborator, lucrări experimentale, referate etc. • Demonstrație practică	P ₃ =25% N ₃ ≥5		N/A
11.4d Proiect	• Calitatea proiectului realizat, corectitudinea documentației proiectului, justificarea soluțiilor alese	• Autoevaluarea, prezentarea și/sau susținerea proiectului • Evaluarea critică a unui proiect	P ₄ = _ % N ₄ ≥5		N/A
11.5 Standard minim de performanță ²⁵			N _T =5		P _T =100 %
$N_T = 1 + 0,9 \times \sum_{n=1}^4 (P_n \times N_n) \geq 5$ $P_T = P_1 + P_2 + P_3 + P_4 = 100\%$ $N_T = 1 + 0,9 \times [(P_{1.1} \times N_{1.1} + P_{1.2} \times N_{1.2} + P_{1.3} \times N_{1.3} + P_{1.4} \times N_{1.4}) + P_2 \times N_2 + P_3 \times N_3 + P_4 \times N_4]$ Unde: 1 = punctul din oficiu (adăugat la calculul notei finale) P = Pondere (P_T = Pondera totală); N = Nota (N_T = Nota finală);					

Fișa disciplinei cuprinde componente adaptate persoanelor cu CES (persoane cu dizabilități și persoane cu potențial înalt), în funcție de tipul și gradul acestora, la nivelul tuturor elementelor curriculare (competențe, obiective, conținuturi, metode de predare, evaluare alternativă), pentru a asigura șanse echitabile în pregătirea academică a tuturor studenților, acordând atenție sporită nevoilor individuale de învățare.

Data completării: | 2 | 0 | / | 0 | 9 | / | 2 | 0 | 2 | 5 |

Data avizării în Departament: | 2 | 3 | / | 0 | 9 | / | 2 | 0 | 2 | 5 |

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular disciplină	Lect. univ. dr. Ioana Adela Curta	
Responsabil program de studii	Conf. univ. dr. Raluca Mureșan	
Director Departament	Conf. univ. dr. Adela Popa	

²⁴ Cercuri științifice, concursuri profesionale etc.

²⁵ Se particularizează la specificul disciplinei standardul minim de performanță din grila de competențe a programului de studii, dacă este cazul.

FIȘA DISCIPLINEI

Anul universitar 2025 - 2026

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Lucian Blaga din Sibiu
1.2. Facultatea	Facultatea de Științe Socio-Umane
1.3. Departament	Asistență Socială, Jurnalism, Relații Publice și Sociologie
1.4. Domeniul de studiu	Științele Comunicării
1.5. Ciclul de studii ¹	Licență
1.6. Specializarea	Comunicare și Relații Publice

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Comportamentul Consumatorului	Cod	FSSU.ASJ.CRP.L.SO.5.2100.C-4.5
2.2. Titular activități de curs	Lect. Univ. dr. Anabella-Maria Beju-Aleman		
2.3. Titular activități practice	Asist. Univ. drd. Alberto-Andrei Duhomnicu		
2.4. An de studiu ²	3	2.5. Semestrul ³	5
2.6. Tipul de evaluare ⁴	E		
2.7. Regimul disciplinei ⁵	O	2.8. Categoria formativă a disciplinei ⁶	S

3. Timpul total estimat

3.1. Extinderea disciplinei în planul de învățământ – număr de ore pe săptămână					
3.1.a.Curs	3.1.b. Seminar	3.1.c. Laborator	3.1.d. Proiect	3.1.e Alte	Total
2	1	-	-	-	3
3.2. Extinderea disciplinei în planul de învățământ – Total ore din planul de învățământ					
3.2.a.Curs	3.2.b. Seminar	3.2.c. Laborator	3.2.d. Proiect	3.2.e Alte	Total ⁷
28	14	-	-	-	42
Distribuția fondului de timp pentru studiu individual ⁸					Nr. ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					28
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					16
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					4

¹ Licență / Master

² 1-4 pentru licență, 1-2 pentru master

³ 1-8 pentru licență, 1-3 pentru master

⁴ Examen, colocviu sau VP A/R – din planul de învățământ

⁵ Regim disciplină: O=Disciplină obligatorie; A=Disciplină opțională; U=Facultativă

⁶ Categoria formativă: S=Specialitate; F=Fundamentală; C=Complementară; I=Asistată integral; P=Asistată parțial; N=Neasistată

⁷ Este egal cu 14 săptămâni x numărul de ore de la punctul 3.1 (similar pentru 3.2.a.b.c.)

⁸ Liniile de mai jos se referă la studiul individual; totalul se completează la punctul 3.37.

Tutoriat ⁹	7
Examinări ¹⁰	3
3.3. Total ore alocate studiului individual¹¹ (NOSIsem)	58
3.4. Total ore din Planul de învățământ (NOADsem)	42
3.5. Total ore pe semestru¹² (NOADsem + NOSIsem)	100
3.6. Nr ore / ECTS	25
3.7. Număr de credite¹³	4

⁹ Între 7 și 14 ore

¹⁰ Între 2 și 6 ore

¹¹ Suma valorilor de pe liniile anterioare, care se referă la studiul individual.

¹² Suma (3.5.) dintre numărul de ore de activitate didactică directă (NOAD) și numărul de ore de studiu individual (NOSI) trebuie să fie egală cu numărul de credite alocate disciplinei (punctul 3.7) x nr. ore pe credit (3.6.)

¹³ Numărul de credit se calculează după formula următoare și se rotunjește la valori vecine întregi (fie prin micșorare fie prin majorare)

$$\text{Nr.credite} = \text{NOCpSpD} \times \text{CC} + \text{NOApSpD} \times \text{CATOCpSdP} \times \text{CC} + \text{TOApSdP} \times \text{CA} \times 30 \text{ credite}$$

Unde:

- NOCpSpD = Număr ore curs/săptămână/disciplina pentru care se calculează creditele
- NOApSpD = Număr ore aplicații (sem./lab./pro.)/săptămână/disciplina pentru care se calculează creditele
- TOCpSdP = Număr total ore curs/săptămână din plan
- TOApSdP = Număr total ore aplicații (sem./lab./pro.)/săptămână din plan
- C_C/C_A = Coeficienți curs/aplicații calculate conform tabelului

Coeficienți

Curs

Aplicații (S/L/P)

Licență

2

1

Master

2,5

1,5

Licență lb. străină

2,5

1,25

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. Discipline necesar a fi promovate anterior (de curriculum) ¹⁴	Nu este cazul
4.2. Competențe	Competențe de operare pe calculator (minimal: Microsoft Office)

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului ¹⁵	videoproiector, flipchart, materiale video, platforma on-line google meet
5.2. De desfășurare a activităților practice (lab/sem/pr/aplic) ¹⁶	videoproiector, flipchart, materiale video, platforma on-line google meet

6. Rezultate ale învățării¹⁷

Numărul de credite alocate disciplinei: 4				
Rezultatele învățării				Repartizare credite pe rezultatele învățării
Nr. crt.	Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie	
RÎ 1	C.2.4. identifică elementele care joacă un rol în procesul de formare a opiniei publice, prin care percepțiile și opiniile față de o chestiune în discuție publică sunt formate și întărite, cum ar fi cadrajul informațiilor, tendințele și interesele publicului, procesele psihice și conformismul.			1
RÎ 2	C.6.1 La finalul cursului studentul/absolventul va fi capabil să identifice principiile relațiilor publice și managementului reputației și factorii de influență asupra percepțiilor părților interesate sau asupra categoriilor de public în raport cu o organizație, cu marca (brandul)			1

¹⁴ Se menționează disciplinele obligatoriu a fi promovate anterior sau echivalente

¹⁵ Tablă, videoproiector, flipchart, materiale didactice specifice, platforme on-line etc.

¹⁶ Tehnică de calcul, pachete software, standuri experimentale, platforme on-line etc.

¹⁷ Rezultatele învățării se vor menționa în funcție de standardele specifice ale Comisiilor de specialitate ARACIS (<https://www.aracis.ro/ghiduri/>)



	acesteia sau în raport cu o persoană;			
RÎ 3		A.6.1. La finalul cursului studentul/absolventul va fi capabil să evalueze percepția publică, participă în rețele profesionale și inițiază conversații în raport cu o persoană publică, o organizație sau o marcă (brand).		1
RÎ 4			R.6.2. La finalul cursului studentul/absolventul va fi capabil să producă alte materiale de relații publice, respectiv mesaje adaptate la specificul diferitelor canale media și platforme digitale pentru a fi utilizate în contextul comunicării unei persoane publice, organizații sau mărci (brand).	1

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

7.1. Obiectivul general	Cunoașterea, înțelegerea și utilizarea specializată a conceptelor, teoriilor, abordărilor și practicilor actuale în domeniul comportamentului consumatorului.
7.2. Obiectivele specifice	1. Introducerea și cunoașterea unor noțiuni fundamentale în domeniul de studiu al comportamentului consumatorului 2. Familiarizarea cu principalii factori care interferează cu procesele decizionale și de consum dintr-o perspectivă interdisciplinară 3. Cunoașterea și înțelegerea modului în care consumul și comportamentul consumatorilor interferează cu dezvoltarea sustenabilă a comunităților și societății 4. Capacitatea de a concepe, de a proiecta și de a dezvolta soluții și/sau produse inovative din sfera consumului

5. Conținuturi

5.1. Curs¹⁸		Metode de predare¹⁹	Nr. ore
Curs 1	Introducere în comportamentul consumatorului	Expunere Problematizare Conversația euristică	2
Curs 2	Sustenabilitate și consum I	Expunere Problematizare Conversația euristică	2
Curs 3	Sustenabilitate și consum II	Expunere Problematizare	2

¹⁸ Titluri de capitole și paragrafe

¹⁹ Expunere, prelegere, prezentare la tablă a problematicei studiate, utilizare videoproiector, discuții cu studenții (pentru fiecare capitol, dacă este cazul)



		Conversația euristică Exerciții	
Curs 4	Factori de influență în comportamentul consumatorului – Percepția/Informația/Învățarea	Expunere Problematizare Conversația euristică Exerciții	2
Curs 5	Factori de influență în comportamentul consumatorului Motivația/Personalitate	Expunere Problematizare Conversația euristică Exerciții	2
Curs 6	Factori de influență în comportamentul consumatorului – Atitudine/Comportamentul efectiv	Expunere Problematizare Conversația euristică Studii de caz	2
Curs 7	Factori de influență în comportamentul consumatorului – Factori sociali și culturali	Expunere Problematizare Conversația euristică Studii de caz	2
Curs 8	Factori de influență în comportamentul consumatorului	Expunere Problematizare Conversația euristică Studii de caz	2
Curs 9	Tehnici de persuasiune și comportamentul consumatorului	Expunere Problematizare Conversația euristică Studii de caz	2
Curs 10	Procese de luare a deciziilor	Expunere Problematizare Conversația euristică Studii de caz	2
Curs 11	Bias-uri, euristici decizionale și consum – Disponibilitatea și reprezentativitatea	Expunere Problematizare Conversația euristică Studii de caz	2
Curs 12	Bias-uri, euristici decizionale și consum – Ancorarea și efectul de priming	Expunere Problematizare Conversația euristică Studii de caz	2
Curs 13	Bias-uri, euristici decizionale și consum – Aversiunea față de pierdere și efectul încadrării (framing)	Expunere Problematizare Conversația euristică Studii de caz	2
Curs 14	Etica si consum	Expunere Problematizare Conversația euristică Studii de caz	2
Total ore curs:			28

5.2. Activități practice

Activități practice (8.2.a. Seminar²⁰/ 8.2.b. Laborator²¹/ 8.2.c. Proiect²²)	Metode de predare	Nr. ore
Prezentare teme și introducerea metodologiei Design Thinking	Problematicizare Studii de caz Aplicații	2
Alegeri și consum pentru o societate sustenabilă/viață mai bună – Design Thinking, etapa de cercetare și empatie	Problematicizare Aplicații	2
Alegeri și consum pentru o societate sustenabilă/viață mai bună – Design Thinking, etapa de definire a problemei	Problematicizare Studii de caz Aplicații	2
Alegeri și consum pentru o societate sustenabilă/viață mai bună – Design Thinking, generarea ideilor	Problematicizare Aplicații	2
Alegeri și consum pentru o societate sustenabilă/viață mai bună – Design Thinking, realizarea prototipului	Problematicizare Studii de caz Aplicații	2
Alegeri și consum pentru o societate sustenabilă/viață mai bună – Design Thinking, testarea prototipului	Problematicizare Studii de caz Aplicații	2
Prezentare proiecte	Problematicizare Conversație euristică Aplicații	2
Total ore seminar/laborator		14

6. Bibliografie

6.1. Referințe bibliografice recomandate	1. Datculescu, P. (2012). <i>Cercetarea practică de marketing</i>. București: Brandbuilders 2. Hasso Plattner Institute of Design at Stanford. (2018). <i>Design thinking bootleg</i> (Version 2). Stanford University. https://dschool.stanford.edu/resources/design-thinking-bootleg 3. Kahneman, D. (2012). <i>Gândire rapidă, gândire lentă</i>. București: Publica 4. Kim, N. S. (2018). <i>Judgment and Decision-making: In the Lab and the World</i>. Palgrave and Macmillan. 5. Kotler, P., Armstrong, G. (2015). <i>Principles of marketing</i> (16th Ed). Boston: Pearson Education 6. Ungureanu, M. (2018). <i>Economia și psihologia deciziei</i>. Institutul European
6.1. Referințe bibliografice suplimentare	7. Ariely, D. (2010). <i>Irațional în mod previzibil: forțele ascunse care ne influențează deciziile</i>. Publica. 8. Cătoi, I., Teodorescu, N. (2004). <i>Comportamentul consumatorului</i>. București: Ed.Uranus 9. Kahneman, D., Tversky A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. <i>Econometrica</i>, Vol. 47 (2), 263-292 10. Toth P.-C. (2015). <i>Raționalitatea în științele sociale</i>. București: Tritonic

11. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului²³

- Se realizează prin consultarea periodică a acestora și prin colaborări în contextul activităților aplicative

²⁰ Discuții, dezbateri, prezentare și/sau analiză de lucrări, rezolvare de exerciții și probleme

²¹ Demonstrație practică, exercițiu, experiment

²² Studiu de caz, demonstrație, exercițiu, analiza erorilor etc.

²³ Legătura cu alte discipline, utilitatea disciplinei pe piața muncii

12. Evaluare

Tip activitate	11.1 Criterii de evaluare	11.2 Metode de evaluare		11.3 Pondere din nota finală	Obs. ²⁴
11.4a Examen / Colocviu	● Cunoștințe teoretice și practice însușite (cantitatea, corectitudinea, acuratețea)	Teste pe parcurs ²⁵ :	25%	50% (minim 5)	
		Teme de casă:	%		
		Alte activități ²⁶ :	%		
		Evaluare finală:	25% (min. 5)		
11.4b Seminar	● Frecvența/relevanța intervențiilor sau răspunsurilor	Prezentare proiect grup (pitch) 20% Proiect de grup (platforma Miro) 30%		50% (minim 5)	
11.4c Laborator	● Cunoașterea aparaturii, a modului de utilizare a instrumentelor specifice; evaluarea unor instrumente sau realizări, prelucrarea și interpretarea unor rezultate			% (minim 5)	
11.4d Proiect	● Calitatea proiectului realizat, corectitudinea documentației proiectului, justificarea soluțiilor alese			% (minim 5)	
11.5 Standard minim de performanță ²⁷					50%

Fișa disciplinei cuprinde componente adaptate persoanelor cu CES (persoane cu dizabilități și persoane cu potențial înalt), în funcție de tipul și gradul acestora, la nivelul tuturor elementelor curriculare (competențe, obiective, conținuturi, metode de predare, evaluare alternativă), pentru a asigura șanse echitabile în pregătirea academică a tuturor studenților, acordând atenție sporită nevoilor individuale de învățare.

Data completării: | 1 | 2 | / | 0 | 9 | / | 2 | 0 | 2 | 5 |

Data avizării în Departament: | 2 | 3 | / | 0 | 9 | / | 2 | 0 | 2 | 5 |

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular disciplină	Lect. Univ. dr. Anabella-Maria Beju-Aleman	
Responsabil program de studii	Conf. univ. dr. Raluca Mureșan	

²⁴ CPE – condiționează participarea la examen; nCPE – nu condiționează participarea la examen; CEF - condiționează evaluarea finală; N/A – nu se aplică

²⁵ Se va preciza numărul de teste și săptămânile în care vor fi susținute.

²⁶ Cercuri științifice, concursuri profesionale etc.

²⁷ Se particularizează la specificul disciplinei standardul minim de performanță din grila de competențe a programului de studii, dacă este cazul.



UNIVERSITATEA
LUCIAN BLAGA
— DIN SIBIU —

Ministerul Educației și Cercetării
Universitatea “Lucian Blaga” din Sibiu
Facultatea de Științe Socio-Umane

Director Departament	Conf. univ. dr. Adela Elena Popa	
-----------------------------	----------------------------------	--

FIȘA DISCIPLINEI

Anul universitar 2025 - 2026

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Lucian Blaga din Sibiu
1.2. Facultatea	de Științe Socio-Umane
1.3. Departament	de Asistență Socială, Jurnalism, Relații Publice și Sociologie
1.4. Domeniul de studiu	Științe ale comunicării
1.5. Ciclul de studii ¹	Licență
1.6. Specializarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Comunicare interculturală	Cod	FSSU.ASJ.CRP.L.CA.5.2100.E-4.6
2.2. Titular activități de curs	Conf.univ. dr. Gabriel Hasmațuchi		
2.3. Titular activități practice	Lect. univ. dr. Ioana-Tatiana Ciocan		
2.4. An de studiu ²	3	2.5. Semestrul ³	5
2.6. Tipul de evaluare ⁴	E		
2.7. Regimul disciplinei ⁵	A	2.8. Categoria formativă a disciplinei ⁶	C

3. Timpul total estimat

3.1. Extinderea disciplinei în planul de învățământ – număr de ore pe săptămână					
3.1.a.Curs	3.1.b. Seminar	3.1.c. Laborator	3.1.d. Proiect	3.1.e Alte	Total
2	1	-	-	-	3
3.2. Extinderea disciplinei în planul de învățământ – Total ore din planul de învățământ					
3.2.a.Curs	3.2.b. Seminar	3.2.c. Laborator	3.2.d. Proiect	3.2.e Alte	Total ⁷
28	14	-	-	-	42
Distribuția fondului de timp pentru studiu individual⁸					Nr. ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					16
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					16
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					14

¹ Licență / Master

² 1-4 pentru licență, 1-2 pentru master

³ 1-8 pentru licență, 1-3 pentru master

⁴ Examen, colocviu sau VP A/R – din planul de învățământ

⁵ Regim disciplină: O=Disciplină obligatorie; A=Disciplină opțională; U=Facultativă

⁶ Categoria formativă: S=Specialitate; F=Fundamentală; C=Complementară; I=Asistată integral; P=Asistată parțial; N=Neasistată

⁷ Este egal cu 14 săptămâni x numărul de ore de la punctul 3.1 (similar pentru 3.2.a.b.c.)

⁸ Liniile de mai jos se referă la studiul individual; totalul se completează la punctul 3.37.

Tutoriat ⁹	8
Examinări ¹⁰	4
3.3. Total ore alocate studiului individual¹¹ (NOSIsem)	58
3.4. Total ore din Planul de învățământ (NOADsem)	42
3.5. Total ore pe semestru¹² (NOADsem + NOSIsem)	100
3.6. Nr ore / ECTS	25
3.7. Număr de credite¹³	4

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. Discipline necesar a fi promovate anterior (de curriculum) ¹⁴	Introducere în științele comunicării
4.2. Competențe	Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului ¹⁵	- videoproiector, Google Classroom, Internet, materiale didactice specifice (resurse multimedia, articole, studii etc.)
5.2. De desfășurare a activităților practice (lab/sem/pr/aplic) ¹⁶	- tablă inteligentă/ videoproiector, flipchart, acces la baze de date științifice

⁹ Între 7 și 14 ore

¹⁰ Între 2 și 6 ore

¹¹ Suma valorilor de pe liniile anterioare, care se referă la studiul individual.

¹² Suma (3.5.) dintre numărul de ore de activitate didactică directă (NOAD) și numărul de ore de studiu individual (NOSI) trebuie să fie egală cu numărul de credite alocate disciplinei (punctul 3.7) x nr. ore pe credit (3.6.). De asemenea, se recomandă ca numărul orelor de studiu individual să fie cel puțin egal cu cel al orelor de pregătire universitară formată din ore didactice

¹³ Numărul de credit se calculează după formula următoare și se rotunjește la valori vecine întregi (fie prin micșorare fie prin majorare)

$$\text{Nr.credite} = \text{NOCpSpD} \times \text{CC} + \text{NOApSpD} \times \text{CATOCpSpD} \times \text{CC} + \text{TOApSpD} \times \text{CA} \times 30 \text{ credite}$$

Unde:

- NOCpSpD = Număr ore curs/săptămână/disciplina pentru care se calculează creditele
- NOApSpD = Număr ore aplicații (sem./lab./pro.)/săptămână/disciplina pentru care se calculează creditele
- TOCpSpD = Număr total ore curs/săptămână din plan
- TOApSpD = Număr total ore aplicații (sem./lab./pro.)/săptămână din plan
- C_C/C_A = Coeficienți curs/aplicații calculate conform tabelului

Coeficienți

Curs

Aplicații (S/L/P)

Licență

2

1

Master

2,5

1,5

Licență lb. străină

2,5

1,25

¹⁴ Se menționează disciplinele obligatoriu a fi promovate anterior sau echivalente

¹⁵ Tablă, videoproiector, flipchart, materiale didactice specifice, platforme on-line etc.

¹⁶ Tehnică de calcul, pachete software, standuri experimentale, platforme on-line etc.



6. Rezultate ale învățării¹⁷

Numărul de credite alocat disciplinei: 4				
Rezultatele învățării				Repartizare credite pe rezultatele învățării
Nr. crt.	Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie	
RÎ 1			R.2.3. La finalul cursului, studenta/studentul analizează critic pluralitatea de interpretări date și de opinii formulate în contextul reprezentării media a subiectelor și evenimentelor interculturale.	1
RÎ 2	C.2.4. La finalul cursului, studenta/studentul identifică elementele care joacă un rol în procesul de formare a opiniei publice, prin care percepțiile și opiniile față de o chestiune în discuție publică sunt formate și întărite, cum ar fi cadrajul informațiilor, tendințele și interesele publicului, procesele psihice și conformismul.			1
RÎ 3		A.7.2. La finalul cursului, studenta/studentul selectează subiecte comune cu alte persoane pentru facilitarea comunicării în context profesional intercultural;		1
RÎ 4			R.7.5. La finalul cursului, studenta/studentul demonstrează sensibilitate interculturală participând în comunități și rețele diferite.	1

¹⁷ Rezultatele învățării se vor menționa în funcție de standardele specifice ale Comisiilor de specialitate ARACIS (<https://www.aracis.ro/ghiduri/>)

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

7.1. Obiectivul general	Cursul își propune să reliefeze elementele explicite și implicite ale comunicării interculturale care contribuie la armonizarea interacțiunilor dintre persoane care provin din culturi diferite. De la exerciții care au drept scop sondarea fondului cultural propriu, identificarea propriilor valori, norme, atitudini și a viziunii despre lume, cursanții fac un salt cultural în alteritate și își formează atitudini conciliante și capacități pentru rezolvarea cu profesionalism a oricărei provocări interculturale.
7.2. Obiectivele specifice	- să se autodefinească din perspectivă culturală; - să se reevalueze cultural; - să cunoască elementele specifice ale comunicării interculturale; - să conștientizeze consecințele propriilor acțiuni în actele de comunicare interculturală; - să respecte identitatea culturală a persoanelor din alte sfere culturale; - să accepte diferențele culturale; - să identifice soluții eficiente în vederea unei armonizări inter- sau multiculturale; - să practice cooperarea în activitățile inter- sau multiculturale; - să dezvolte capacitățile de integrare a conceptele și a perspectivele teoretice explorate în sfera profesională.

8. Conținuturi

8.1. Curs¹⁸		Metode de predare¹⁹	Nr. ore
Curs 1	Obiectul de studiu al comunicării interculturale. Scurt istoric al disciplinei	Expunere, prelegere, prezentare la tablă a problematicii studiate, utilizare videoproiector, discuții cu studenții	2
Curs 2	Conceptul de cultură, caracteristici. Comunicare și cultură	Expunere, prelegere, prezentare la tablă a problematicii studiate, utilizare videoproiector, discuții cu studenții	2
Curs 3	Elemente perceptuale ale culturii – percepții, valori, atitudini. Diferențe între culturi	Expunere, prelegere, prezentare la tablă a problematicii studiate, utilizare videoproiector, discuții cu studenții	2
Curs 4	Elemente socioculturale și învățarea culturală	Expunere, prelegere, prezentare la tablă a problematicii studiate, utilizare videoproiector, discuții cu studenții	2
Curs 5	Limbaj verbal – comunicare - cultură. Implicații în comunicarea interculturală	Expunere, prelegere, prezentare la tablă a problematicii studiate, utilizare videoproiector, discuții cu studenții	2
Curs 6	Limbajul nonverbal – caracteristici. Diferențe culturale în privința utilizării	Expunere, prelegere, prezentare la tablă a problematicii studiate, utilizare videoproiector, discuții cu studenții	2
Curs 7	Kinezica și mimica. Oculezica și haptica. Diferențe și variabile culturale.	Expunere, prelegere, prezentare la tablă a problematicii studiate, utilizare videoproiector, discuții cu studenții	2
Curs 8	Evaluare parțială	Test scris	2
Curs 9	Percepția și utilizarea spațiului. Comportamentul proxemic și cultura.	Expunere, prelegere, prezentare la tablă a problematicii studiate, utilizare videoproiector, discuții cu studenții	2
Curs 10	Percepția și utilizarea timpului. Comportamentul cronemic și cultura. Monocronie și policronie.	Expunere, prelegere, prezentare la tablă a problematicii studiate, utilizare videoproiector, discuții cu studenții	2

¹⁸ Titluri de capitole și paragrafe

¹⁹ Expunere, prelegere, prezentare la tablă a problematicii studiate, utilizare videoproiector, discuții cu studenții (pentru fiecare capitol, dacă este cazul)



Curs 11	Culturi puternic contextualizate și culturi slab contextualizate.	Expunere, prelegere, prezentare la tablă a problematicii studiate, utilizare videoproiector, discuții cu studenții	2
Curs 12	Alte caracteristici și diferențe între culturi: individualism vs. colectivism, distanța puterii, nesiguranța	Expunere, prelegere, prezentare la tablă a problematicii studiate, utilizare videoproiector, discuții cu studenții	2
Curs 13	Cultura și genul. Diferențe culturale în privința obiceiurilor cu privire la hrană.	Expunere, prelegere, prezentare la tablă a problematicii studiate, utilizare videoproiector, discuții cu studenții	2
Curs 14	Etnocentrism vs. alteritate. Prejudecăți și stereotipuri în comunicarea interculturală	Expunere, prelegere, prezentare la tablă a problematicii studiate, utilizare videoproiector, discuții cu studenții	2
Total ore curs:			28

8.2. Activități practice

Activități practice (8.2.a. Seminar ²⁰ / 8.2.b. Laborator ²¹ / 8.2.c. Proiect ²²)	Metode de predare	Nr. ore
Act. 1 Comunicarea interculturală în era digitală	Discuții, dezbateri, prezentare și/sau analiză de lucrări	2
Act. 2 Comunicarea nonverbală – diferențe culturale	Discuții, dezbateri, prezentare și/sau analiză de lucrări	2
Act. 3 Proverbele și zicătorile ca expresii ale învățării culturale	Discuții, dezbateri, prezentare și/sau analiză de lucrări	2
Act. 4 Spațiul și timpul: modalități interculturale de comunicare. Proxemica și cronemica	Discuții, dezbateri, prezentare și/sau analiză de lucrări	2
Act. 5 Caracteristici culturale rezultate din obiceiurile privitoare la hrană	Discuții, dezbateri, prezentare și/sau analiză de lucrări	2
Act. 6 Percepții culturale ale genului	Discuții, dezbateri, prezentare și/sau analiză de lucrări	2
Act. 7 Provocări actuale: identitate și alteritate în UE și în lume	Discuții, dezbateri, prezentare și/sau analiză de lucrări	2
Total ore seminar/laborator		14

9. Bibliografie

9.1. Referințe bibliografice recomandate	Bauman, Zygmund, <i>Globalizarea și efectele ei sociale</i> , Editura Antet, Filipeștii de Târg (Prahova) 2000
	Bârlogeanu, L. (coord). <i>Interculturalitate–studii, cercetări, experiențe</i> . București, Editura Universității din București, 2007
	Chelcea S., Ivan L., Chelcea A., <i>Comunicarea nonverbală. Gesturile și postura</i> , București, Comunicare.ro, 2005
	De Mooji, Marieke, „Cross-Cultural Consumer Behavior: A Review of Research Findings”, <i>Journal of International Consumer Marketing</i> , nr. 23, 2011, pp. 181-192.

²⁰ Discuții, dezbateri, prezentare și/sau analiză de lucrări, rezolvare de exerciții și probleme

²¹ Demonstrație practică, exercițiu, experiment

²² Studiu de caz, demonstrație, exercițiu, analiza erorilor etc.



	Ferréol, G., & Jucquois, G. <i>Dicționarul alterității și al relațiilor interculturale</i> . Iasi, Polirom, 2005.
	Georgiu G., <i>Comunicare interculturală. Probleme, abordări, teorii</i> , București, Comunicare.ro, 2010
	Hall E., <i>Beyond Culture</i> , New York, Doubleday, 1976
	Hofstede, Geert, Hofstede, Jan, Gert, Minkov, Michael, <i>Culturi și organizații. Softul mental. Cooperarea interculturală și importanța ei pentru supraviețuire</i> , trad. Mihaela Zografu, cuvânt înainte la ediția română de Cosmin Alexandru, Ed. Humanitas, București, 2012.
	Nedelcu A., <i>Fundamentele educației interculturale</i> , Iași, Editura Polirom, 2008
	Pascu, Rodica, <i>Comunicare interculturală</i> , Editura ULBS, Sibiu, 2010
	Sartori, Giovanni, <i>Ce facem cu străinii?</i> , Editura Humanitas, București, 2007
9.2. Referințe bibliografice suplimentare	Gavriliuc, A. (2011). <i>Psihologia interculturală, repere teoretice și diagnoze românești</i> . Editura Polirom Collegium, Iași.
	Hasmațuchi, G., „The Intercultural Communication in European Union. A few significant aspects”, Conference: Intercultural competence At: Sibiu, February 2010 ULBS, https://www.researchgate.net/publication/311589252_The_Intercultural_Communication_in_European_Union_A_few_significant_aspects
	Ivan L. , <i>Cele mai importante 20 de secunde. Competența în comunicarea nonverbală</i> , București, Ed. Tritonic, 2009
	Kotthoff H., Spencer-Oatey H., <i>Handbook of Intercultural Communication</i> , Walter de Gruyter, Berlin, 2007.
	Mindess A., <i>Reading between the Signs, Intercultural Communication for Sign Language Interpreters</i> , Intercultural Press, Maine, 1999
	Trompenaars, Fons & Hampden-Turner, Charles., <i>Riding the Waves of Culture: Understanding Cultural Diversity in Global Business</i> , 1998. https://www.researchgate.net/publication/238710832_Riding_the_Waves_of_Culture

10. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului²³

- Se realizează prin contacte periodice cu reprezentanții comunității epistemice, cu asociațiile profesionale și cu angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului; - Cursul corespunde cu nevoile de cooperare interculturală actuale și contribuie la o interacțiune întemeiată pe valori culturale și respect reciproc.

11. Evaluare

Tip activitate	11.1 Criterii de evaluare	11.2 Metode de evaluare		11.3 Pondere din nota finală	Obs. ²⁴
11.4a Examen / Colocviu	Cunoștințe teoretice și practice însușite (cantitatea, corectitudinea, acuratețea)	Teste pe parcurs ²⁵ :	25 %	75 % (minim 5)	
		Teme de casă:	%		
		Alte activități ²⁶ :	%		
		Evaluare finală:	50 % (min. 5)		
11.4b Seminar	Frecvența/relevanța intervențiilor sau răspunsurilor	Evidența intervențiilor, portofoliu de lucrări (referate, sinteze științifice)		25 % (minim 5)	

²³ Legătura cu alte discipline, utilitatea disciplinei pe piața muncii

²⁴ CPE – condiționează participarea la examen; nCPE – nu condiționează participarea la examen; CEF - condiționează evaluarea finală; N/A – nu se aplică

²⁵ Se va preciza numărul de teste și săptămânile în care vor fi susținute.

²⁶ Cercuri științifice, concursuri profesionale etc.



11.4c Laborator	• Cunoașterea aparaturii, a modului de utilizare a instrumentelor specifice; evaluarea unor instrumente sau realizări, prelucrarea și interpretarea unor rezultate	•	% (minim 5)	
11.4d Proiect	• Calitatea proiectului realizat, corectitudinea documentației proiectului, justificarea soluțiilor alese	•	% (minim 5)	
11.5 Standard minim de performanță ²⁷				

Fișa disciplinei cuprinde componente adaptate persoanelor cu CES (persoane cu dizabilități și persoane cu potențial înalt), în funcție de tipul și gradul acestora, la nivelul tuturor elementelor curriculare (competențe, obiective, conținuturi, metode de predare, evaluare alternativă), pentru a asigura șanse echitabile în pregătirea academică a tuturor studenților, acordând atenție sporită nevoilor individuale de învățare.

Data completării: |_1_|_5_| / |_0_|_9_| / |_2_|_0_|_2_|_5_|

Data avizării în Departament: |_2_|_3_| / |_0_|_9_| / |_2_|_0_|_2_|_5_|

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular disciplină	Conf. univ. dr. Gabriel Hasmațuchi	
Responsabil program de studii	Conf. univ. dr. Raluca Mureșan	
Director Departament	Conf. univ. dr. Adela-Elena Popa	

²⁷ Se particularizează la specificul disciplinei standardul minim de performanță din grila de competențe a programului de studii, dacă este cazul.

FIȘA DISCIPLINEI

Anul universitar 2025- 2026

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Lucian Blaga din Sibiu
1.2. Facultatea	de Științe Socio-Umane
1.3. Departament	de Asistență Socială, Jurnalism, Relații Publice și Sociologie
1.4. Domeniul de studiu	Științe ale Comunicării
1.5. Ciclul de studii ¹	Licență
1.6. Specializarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei		Antropologia comunicării		Cod	FSSU.ASJ.CRP.L.CA.5.2100.E-4.7		
2.2. Titular activități de curs		Conf. univ. dr. Lucian Grozea					
2.3. Titular activități practice		Conf. univ. dr. Lucian Grozea					
2.4. An de studiu ²	3	2.5. Semestrul ³			I	2.6. Tipul de evaluare ⁴	E
2.7. Regimul disciplinei ⁵		A	2.8. Categoria formativă a disciplinei ⁶				C

3. Timpul total estimat

3.1. Extinderea disciplinei în planul de învățământ – <i>număr de ore pe săptămână</i>					
3.1.a.Curs	3.1.b. Seminar	3.1.c. Laborator	3.1.d. Proiect	3.1.e Alte	Total
2	1				3
3.2. Extinderea disciplinei în planul de învățământ – <i>total ore din planul de învățământ</i>					
3.2.a.Curs	3.2.b. Seminar	3.2.c. Laborator	3.2.d. Proiect	3.2.e Alte	Total ⁷
28	14				42
Distribuția fondului de timp pentru studiu individual⁸					Nr. ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					24
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					14
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					14

¹ Licență / Master

² 1-4 pentru licență, 1-2 pentru master

³ 1-8 pentru licență, 1-3 pentru master

⁴ Examen, colocviu sau VP A/R – din planul de învățământ

⁵ Regim disciplină: O=Disciplină obligatorie; A=Disciplină opțională; U=Facultativă

⁶ Categoria formativă: Categoria formativă: Aprofundare=R; Complementară=C; Domeniu= D, Fundamentală=F; Sinteză=Z; Specialitate=S; Universitate=T

⁷ Este egal cu 14 săptămâni x numărul de ore de la punctul 3.1 (similar pentru 3.2.a.b.c.d.e.)

⁸ Liniile de mai jos se referă la studiul individual; totalul se completează la punctul 3.37.



Tutoriat ⁹	2
Examinări ¹⁰	4
3.3. Total ore alocate studiului individual¹¹ ($NOSI_{sem}$)	58
3.4. Total ore din Planul de învățământ ($NOAD_{sem}$)	42
3.5. Total ore pe semestru¹² ($NOAD_{sem} + NOSI_{sem}$)	100
3.6. Nr ore / ECTS	25
3.7. Număr de credite¹³	4

⁹ Între 7 și 14 ore

¹⁰ Între 2 și 6 ore

¹¹ Suma valorilor de pe liniile anterioare, care se referă la studiul individual.

¹² Suma (3.5.) dintre numărul de ore de activitate didactică directă ($NOAD$) și numărul de ore de studiu individual ($NOSI$) trebuie să fie egală cu numărul de credite alocate disciplinei (punctul 3.7) x nr. ore pe credit (3.6.)

¹³ Numărul de credit se calculează după formula următoare și se rotunjește la valori vecine întregi (fie prin micșorare fie prin majorare)

$$\text{Nr.credite} = \text{NOCpSpD} \times \text{CC} + \text{NOApSpD} \times \text{CATOCpSpD} \times \text{CC} + \text{TOApSpD} \times \text{CA} \times 30 \text{ credite}$$

Unde:

- NOCpSpD = Număr ore curs/săptămână/disciplina pentru care se calculează creditele
- NOApSpD = Număr ore aplicații (sem./lab./pro.)/săptămână/disciplina pentru care se calculează creditele
- TOCpSpD = Număr total ore curs/săptămână din plan
- TOApSpD = Număr total ore aplicații (sem./lab./pro.)/săptămână din plan
- C_C/C_A = Coeficienți curs/aplicații calculate conform tabelului

Coeficienți

Curs

Aplicații (S/L/P)

Licență

2

1

Master

2,5

1,5

Licență lb. străină

2,5

1,25

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. Discipline necesare a fi promovate anterior (de curriculum) ¹⁴	
4.2. Competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului ¹⁵	Videoproiector
5.2. De desfășurare a activităților practice (lab/sem/pr/alte) ¹⁶	Filme documentare

6. Rezultate ale învățării¹⁷

Numărul de credite alocate disciplinei: 4				
Rezultatele învățării				Repartizare credite pe rezultatele învățării
Nr. crt.	Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie	
RÎ 1	Studentul: C.4.1. clasifică diferitele surse de informare în diferite categorii (cum ar fi date primare și secundare) și pe baza conținutului acestora, a caracteristicilor materiale, a autorilor etc.			1,00
RÎ 2		Studentul: A.4.3. analizează cuvinte, expresii, semne și simboluri, precum și relația dintre acestea în raport cu conceptele fundamentale ale semioticii și teoriei narative în contextul analizei profesionale a mesajelor media textuale, vizuale, audiovizuale și multimodale;		1,00
RÎ 3			Studentul: R.4.1. elaborează o analiză media sau o monitorizare media în raport cu un subiect, o temă, o persoană publică, o organizație sau o marcă;	1,00
RÎ 4			Studentul R.4.3. analizează critic evenimentele curente în politică, economie, comunitățile sociale, sectoarele	1,00

¹⁴ Se menționează disciplinele obligatoriu a fi promovate anterior sau echivalente

¹⁵ Tablă, videoproiector, flipchart, materiale didactice specifice, platforme on-line etc.

¹⁶ Tehnică de calcul, pachete software, standuri experimentale, platforme on-line etc.

¹⁷ Rezultatele învățării se vor menționa în funcție de standardele specifice ale Comisiilor de specialitate ARACIS (<https://www.aracis.ro/ghiduri/>)



			culturale, pe plan internațional și în sport, precum și tendințele culturale populare, cum ar fi cultura pop și argoul cultural și social și mesajele publice ale persoanele de pe rețelele de socializare /platformele digitale cele mai utilizate în contextul său socio-cultural și profesional.	
--	--	--	---	--

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

7.1. Obiectivul general	cunoașterea demersului antropologic în domeniul științelor comunicării; stabilirea unei relații între profesie și modelul antropologic de abordare a condiției umane; utilizarea cunoștințelor de antropologie generală, culturală și comunicațională în documentarea și înțelegerea fenomenelor sociale în acțiunea comunicativă.	
7.2. Obiectivele specifice	dezvoltarea cunoștințelor despre metodologia cercetării științifice în domeniul antropologiei comunicării; înțelegerea, analizarea comparativă și explicarea conceptelor de <i>antropologie a comunicării</i> / <i>antropologie mass-media</i> ; înțelegerea instituțională a interacționismului simbolic	

8. Conținuturi

8.1. Curs ¹⁸		Metode de predare ¹⁹	Nr. ore
Curs 1	Antropologia, nu doar o știință pozitivistă. Principalele curente și școli antropologice.	expunere, utilizare videoproiector	2
Curs 2	Antropologia comunicării – o nouă disciplină (Dell Hymes și Yves Winkin).	expunere, utilizare videoproiector	2
Curs 3	Limbaj și cultura; nonculturație, aculturație, particularism și difuziune culturală. Binomul cultură-civilizație.	expunere, utilizare videoproiector	2
Curs 4	Atitudinea față de alteritate.	expunere, utilizare videoproiector	2
Curs 5	1. Concepții despre om – creaționism sau evoluționism, libertate și determinare, destin și finalitate (contingență și eshatologie). 2. De la gândirea mitico-magică la omul virtual, teorii antropologice, teologice /politice (liberale) și filosofice despre condiția ontică, axiologică și cotidiană omului: <i>Quo vadis, homo</i> ?	expunere, utilizare videoproiector	2
Curs 6	Aspecte ale comunicării simbolice (gest, iconizare, semnificarea facticității)	expunere, utilizare videoproiector	2
Curs 7	Mitul paradigmă (povești vechi și noi) și ritul consens (rituri clasice și ceremonii –moderne)	expunere, utilizare videoproiector	2
Curs 8	Tradiție, (post)modernitate, globalizare	expunere, utilizare videoproiector	2
Curs 9	Imagine și imaginar. Ispita imaginii și a olfactiei.	expunere, utilizare videoproiector	2
Curs 10	Structura relațiilor parentale și sistemul societal.	expunere, utilizare videoproiector	2

¹⁸ Titluri de capitole și paragrafe

¹⁹ Expunere, prelegere, prezentare la tablă a problematicei studiate, utilizare videoproiector, discuții cu studenții (pentru fiecare capitol, dacă este cazul)



Curs 11	Politicul și politica (între <i>zoôn politikon</i> și <i>leader</i> -ul politic)	expunere, utilizare videoproiector	2
Curs 12	Evoluția concepțiilor despre sexualitate (de la metafizica sexului la obscenitate).	expunere, utilizare videoproiector	2
Curs 13	De la antropologia comunicării la „antropologia mass-media”	expunere, utilizare videoproiector	2
Curs 14	Aspecte ale comunicării simbolice (gest, iconizare, semnificarea facticității)	expunere, utilizare videoproiector	2
Total ore curs:			28



8.2. Activități practice

8.2.a. Seminar		Metode de predare ²⁰	Nr. ore
Act. 1	Între Charles Darwin și Dell Hymes. Racursiuri antropologice	dezbateri, prezentare și analiză de lucrări	2
Act. 2	Școala de la Palo Alto – un laborator de antropologia comunicării	dezbateri, prezentare și analiză de lucrări	2
Act. 3	Culturi majore versus culturi minore	dezbateri, prezentare și analiză de lucrări	2
Act. 4	Democrație, totalitarism și minoritate consensuală (Triada Eu-Voi-Ei)	dezbateri, prezentare și analiză de lucrări	2
Act. 5	De la savoirea unei căni de cafea la interogația despre moarte	dezbateri, prezentare și analiză de lucrări	2
Act. 6	Între <i>Museon</i> și <i>Templul de consum</i> : construcția timpului optim	dezbateri, prezentare și exercițiu	2
Act. 7	Alienarea prin mass-media	dezbateri, prezentare și analiză de lucrări	2
Total ore seminar			14

9.

9.1. Referințe bibliografice recomandate	Bonte, Pierre, Izard, Michel, <i>Dictionar de etnologie și antropologie</i>, Polirom, 2007. Coman, Mihai, <i>Introducere în antropologia culturală. Mitul și ritul</i>, Polirom, 2008; Mass- media, mit și ritual. <i>O perspectivă antropologică</i>, Polirom, 2003. Deliege, Robert, <i>O istorie a antropologiei</i>, Cartier, 2007. Idem, <i>Introducere în antropologia structurală</i>, Cartier, 2008. Lardellier, Pascal, <i>O teorie a legăturii ritualice</i>. Editura Tritonic, București, 2003. Grozea, Lucian, <i>Între Agora și Babel, Culegere de aporii culturale</i>, Editura ASLRQ, Quebec, 2014. Mihăilescu Vintilă, <i>Antropologie, Cinci introduceri</i>, Polirom, 2007. Mihu Achim, <i>Antropologia culturală</i>, Cluj-Napoca, 2002. Patavievici, Roman-Horia, <i>Partea nevăzută decide totul</i>, Editura Humanitas, București, 2015. Radkowski Georges-Hubert, <i>Antropologie generală</i>, Timișoara, 2000. Stănescu, Radu, <i>Corpus media, Gimnosofii ca propedeutică pentru o antropologie a nudului</i> Editura Eikon, București, 2017. Voegelin, Eric, <i>Religiile politice</i>, Editura Humanitas, București, 2010.
--	--

²⁰ *Discuții, dezbateri, prezentare și/sau analiză de lucrări, rezolvare de exerciții și probleme*



9.2. Referințe bibliografice suplimentare	Diaconu, Mădălina, <i>Despre miresme și duhori, O interpretare fenomenologică a olfacției</i>, București, 2007. <i>Dicționar enciclopedic de comunicare și termeni asociați</i>, coord. Marian Petcu, Ed. All, București, 2014. Habermas, Jürgen, <i>Sfera publică și transformarea ei structurală</i>, Ed. Comunicare. ro, București, 2005. Lecourt, Dominique, <i>Dicționar de istoria și filosofia științelor</i>, Polirom, 2005. Lenski, Gerhardt, <i>Putere și privilegii. O teorie a stratificării sociale</i>, Timișoara, 2002. Lyon, David, <i>Postmodernitatea</i>, București, 1998. Koestler, Arthur, <i>Lunaticii. Evoluția concepției despre univers de la Pitagora la Newton</i>, București, 2005. Nellas, Panayotis, <i>Omul – animal îndumnezeit</i>, Sibiu, 1994. Patapievici, H.-Roman., <i>Omul recent</i>, București, 2001. Pisier, Eveline, <i>Istoria ideilor politice</i>, Timișoara, 2000. Toplean, Adela, <i>Pragul și neantul. Încercare de circumscriere a morții</i>, Polirom, 2006. Sfez, Lucien, <i>Simbolistica politică</i>, Iași, 2000. Stanciugelu, Irina, <i>Măștile comunicării – de la etică la manipulare și înapoi</i>, București, 2008. Uscătescu, George, <i>Ontologia culturii</i>, București, 1987. Van Gennep, Arnold, <i>Riturile de trecere</i>, Iași, Polirom, 1996. Winkin, Yves, <i>Anthropologie de la communication. De la théorie au terrain</i>, Bruxelles, 1996.
---	---

10. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului²¹

Jurnalism de informare, jurnalism de opinie, jurnalism politic, jurnalism cultural, comunicare cu presa; organizarea evenimentelor.
Specialist de relații publice în domeniul socio-cultural.

11. Evaluare

Tip activitate	11.1 Criterii de evaluare	11.2 Metode de evaluare	11.3 Pondere din nota finală	Obs. ²²
11.4a Examen	Cunoștințe teoretice și practice însușite (cantitatea, corectitudinea, acuratețea)	Teste pe parcurs ²³ :	P _{1.1} =_% N _{1.1} ≥5	70% (5 minim) P ₁ = P _{1.1} + P _{1.2} + P _{1.3} + P _{1.4}
		Teme de casă:	P _{1.2} =_% N _{1.2} ≥5	
		Alte activități ²⁴ :	P _{1.3} =_% N _{1.3} ≥5	

²¹ Legătura cu alte discipline, utilitatea disciplinei pe piața muncii

²² CPE – condiționează participarea la examen; nCPE – nu condiționează participarea la examen; CEF - condiționează evaluarea finală; N/A – nu se aplică

²³ Se va preciza numărul de teste și săptămânile în care vor fi susținute.

²⁴ Cercuri științifice, concursuri profesionale etc.



		Evaluare finală:	P _{1.4} =70_% N _{1.4} ≥5		
11.4b Seminar	Frecvența/relevanța intervențiilor sau răspunsurilor	Evidența intervențiilor, portofoliu de lucrări (referate, sinteze științifice)		30% (5 minim)	
11.4c Laborator	Cunoașterea aparaturii, a modului de utilizare a instrumentelor specifice; evaluarea unor instrumente sau realizări, prelucrarea și interpretarea unor rezultate	- Chestionar scris - Răspuns oral - Caiet de laborator, lucrări experimentale, referate etc. - Demonstrație practică			
11.4d Proiect	Calitatea proiectului realizat, corectitudinea documentației proiectului, justificarea soluțiilor alese	- Autoevaluarea, prezentarea și/sau susținerea proiectului - Evaluarea critică a unui proiect			
11.5 Standard minim de performanță ²⁵				N _T =5	P _T =100%
$N_T = 1 + 0,9 \times \sum_{n=1}^4 (P_n \times N_n) \geq 5$ $P_T = P_1 + P_2 + P_3 + P_4 = 100\%$ $N_T = 1 + 0,9 \times [(P_{1.1} \times N_{1.1} + P_{1.2} \times N_{1.2} + P_{1.3} \times N_{1.3} + P_{1.4} \times N_{1.4}) + P_2 \times N_2 + P_3 \times N_3 + P_4 \times N_4]$ Unde: 1 = punctul din oficiu (adăugat la calculul notei finale) P = Pondere (P_T = Pondera totală); N = Nota (N_T = Nota finală);					

Fișa disciplinei cuprinde componente adaptate persoanelor cu CES (persoane cu dizabilități și persoane cu potențial înalt), în funcție de tipul și gradul acestora, la nivelul tuturor elementelor curriculare (competențe, obiective, conținuturi, metode de predare, evaluare alternativă), pentru a asigura șanse echitabile în pregătirea academică a tuturor studenților, acordând atenție sporită nevoilor individuale de învățare.

Data completării: |0|9| / |0|9| / |2|0|2|5|

Data avizării în Departament: |2|3| / |0|9| / |2|0|2|5|

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular disciplină	Conf. univ. dr. Lucian Grozea	
Responsabil program de studii	Conf. univ. dr. Raluca Mureșan	
Director Departament	Conf. univ. dr. Adela-Elena Popa	

²⁵ Se particularizează la specificul disciplinei standardul minim de performanță din grila de competențe a programului de studii, dacă este cazul.

FIȘA DISCIPLINEI

Anul universitar 2025 - 2026

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Lucian Blaga din Sibiu
1.2. Facultatea	De Științe Socio-Umane
1.3. Departament	Asistență Socială, Jurnalism, Relații Publice și Sociologie
1.4. Domeniul de studiu	Științele Comunicării
1.5. Ciclul de studii ¹	Licență
1.6. Specializarea	Comunicare și Relații Publice

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Relații Publice Online	Cod	FSSU.ASJ.CRP.L.SA.5.2010.E-4.8
2.2. Titular activități de curs	Lect. Univ. dr. Anabella-Maria Beju-Aleman		
2.3. Titular activități practice	Asist. Univ. drd. Alberto-Andrei Duhomnicu		
2.4. An de studiu ²	3	2.5. Semestrul ³	5
2.6. Tipul de evaluare ⁴	E		
2.7. Regimul disciplinei ⁵	A	2.8. Categoria formativă a disciplinei ⁶	S

3. Timpul total estimat

3.1. Extinderea disciplinei în planul de învățământ – număr de ore pe săptămână					
3.1.a.Curs	3.1.b. Seminar	3.1.c. Laborator	3.1.d. Proiect	3.1.e Alte	Total
2	1				4
3.2. Extinderea disciplinei în planul de învățământ – Total ore din planul de învățământ					
3.2.a.Curs	3.2.b. Seminar	3.2.c. Laborator	3.2.d. Proiect	3.2.e Alte	Total ⁷
28	14				42
Distribuția fondului de timp pentru studiu individual ⁸					Nr. ore
Studiul 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					14

¹ Licență / Master

² 1-4 pentru licență, 1-2 pentru master

³ 1-8 pentru licență, 1-3 pentru master

⁴ Examen, colocviu sau VP A/R – din planul de învățământ

⁵ Regim disciplină: O=Disciplină obligatorie; A=Disciplină opțională; U=Facultativă

⁶ Categoria formativă: S=Specialitate; F=Fundamentală; C=Complementară; I=Asistată integral; P=Asistată parțial; N=Neasistată

⁷ Este egal cu 14 săptămâni x numărul de ore de la punctul 3.1 (similar pentru 3.2.a.b.c.)

⁸ Liniile de mai jos se referă la studiul individual; totalul se completează la punctul 3.37.

Tutoriat ⁹	7
Examinări ¹⁰	3
3.3. Total ore alocate studiului individual¹¹ (NOSIsem)	58
3.4. Total ore din Planul de învățământ (NOADsem)	42
3.5. Total ore pe semestru¹² (NOADsem + NOSIsem)	100
3.6. Nr ore / ECTS	25
3.7. Număr de credite¹³	4

⁹ Între 7 și 14 ore

¹⁰ Între 2 și 6 ore

¹¹ Suma valorilor de pe liniile anterioare, care se referă la studiul individual.

¹² Suma (3.5.) dintre numărul de ore de activitate didactică directă (NOAD) și numărul de ore de studiu individual (NOSI) trebuie să fie egală cu numărul de credite alocate disciplinei (punctul 3.7) x nr. ore pe credit (3.6.)

¹³ Numărul de credit se calculează după formula următoare și se rotunjește la valori vecine întregi (fie prin micșorare fie prin majorare)

$$\text{Nr.credite} = \text{NOCpSpD} \times \text{CC} + \text{NOApSpD} \times \text{CATOCpSpD} \times \text{CC} + \text{TOApSpD} \times \text{CA} \times 30 \text{ credite}$$

Unde:

- NOCpSpD = Număr ore curs/săptămână/disciplina pentru care se calculează creditele
- NOApSpD = Număr ore aplicații (sem./lab./pro.)/săptămână/disciplina pentru care se calculează creditele
- TOCpSpD = Număr total ore curs/săptămână din plan
- TOApSpD = Număr total ore aplicații (sem./lab./pro.)/săptămână din plan
- C_C/C_A = Coeficienți curs/aplicații calculate conform tabelului

Coeficienți

Curs

Aplicații (S/L/P)

Licență

2

1

Master

2,5

1,5

Licență lb. străină

2,5

1,25

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. Discipline necesar a fi promovate anterior (de curriculum) ¹⁴	Introducere în relații publice; Introducere în sistemul mass-media
4.2. Competențe	Competențe de operare pe calculator (minimal: Microsoft Office)

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului ¹⁵	videoproiector, flipchart, materiale video, platforma on-line google meet
5.2. De desfășurare a activităților practice (lab/sem/pr/aplic) ¹⁶	videoproiector, flipchart, materiale video, platforma on-line google meet

6. Rezultate ale învățării¹⁷

Numărul de credite alocate disciplinei: 4				
Rezultatele învățării				Repartizare credite pe rezultatele învățării
Nr. crt.	Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie	
Rî 1	C 2.1. La finalul cursului studentul/absolventul va fi capabil să identifice principalele teorii, modele și elemente ale comunicării directe și mediate tehnologic, în contextul comunicării de masă și comunicării mediate de computer			1
Rî 2	C2.2. La finalul cursului studentul/absolventul va fi capabil să identifice concepte referitoare la public și audiența mass-media, metode de măsurare, precum și indicatori de audiență specifici canalului tehnologic de comunicare mediatică;			1
Rî 3		A. 2.2 La finalul cursului studentul/absolventul va fi capabil să analizeze caracteristicile, nevoile și așteptările publicului-țintă utilizând modele, grile, teste, proceduri și aplicații software adecvate în contextul comunicării publice profesionale;		1
Rî 4			R 6.2. La finalul cursului studentul/absolventul va fi	1

¹⁴ Se menționează disciplinele obligatoriu a fi promovate anterior sau echivalente

¹⁵ Tablă, videoproiector, flipchart, materiale didactice specifice, platforme on-line etc.

¹⁶ Tehnică de calcul, pachete software, standuri experimentale, platforme on-line etc.

¹⁷ Rezultatele învățării se vor menționa în funcție de standardele specifice ale Comisiilor de specialitate ARACIS (<https://www.aracis.ro/ghiduri/>)

			capabil să redacteze comunicate de presă și să producă alte materiale de relații publice, respectiv mesaje adaptate la specificul diferitelor canale media și platforme digitale pentru a fi utilizate în contextul comunicării unei persoane publice, organizații sau mărci (brand).	
--	--	--	---	--

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

7.1. Obiectivul general	Cunoașterea și însușirea principalelor concepte, abordări și perspective teoretice și practice specifice campaniilor și programelor de relații publice în era digitală
7.2. Obiectivele specifice	1. Capacitatea de a identifica și de a elabora diferite tipuri de conținuturi și campanii de relații publice digitale 2. Capacitatea de a dezvolta strategii eficiente de comunicare adaptate diferitor audiențe și canale media. 3. Capacitatea de a utiliza platformele de social media strategic pentru a promova obiectivele organizației și a dezvolta comunități. 4. Capacitatea de a evalua critic tendințele și provocările actuale din domeniul relațiilor publice în continuă evoluție. 5. Dezvoltarea capacității de a integra conceptele și perspectivele teoretice explorate în sfera comunicării profesionale

1. Conținuturi

1.1. Curs¹⁸		Metode de predare¹⁹	Nr. ore
Curs 1	Introducere în relațiile publice în era digitală	Expunere Problematizare Conversația euristică Studii de caz	2
Curs 2	Relații publice tradiționale vs. relații publice online. Adaptarea modelelor de relații publice la noile media	Expunere Problematizare Conversația euristică Studii de caz	2
Curs 3	Ecosistemul relațiilor publice digitale	Expunere Problematizare Conversația euristică Studii de caz	2
Curs 4	Relația organizație-publicuri în mediul digital. Audiențe globale.	Expunere Problematizare Conversația euristică Studii de caz	2
Curs 5	Strategia de relații publice digitale	Expunere Problematizare Conversația euristică Studii de caz	2

¹⁸ Titluri de capitole și paragrafe

¹⁹ Expunere, prelegere, prezentare la tablă a problematicei studiate, utilizare videoproiector, discuții cu studenții (pentru fiecare capitol, dacă este cazul)

		Exerciții	
Curs 6	Rolul conținutului și creativității	Expunere Problematizare Conversația euristică Exerciții	2
Curs 7	Relațiile cu presa în mediul online	Expunere Problematizare Conversația euristică Exerciții	2
Curs 8	Strategia social media (I) - aspecte strategice ale social media, planificare conținut, tipuri și formate de conținut	Expunere Problematizare Conversația euristică Exerciții	2
Curs 9	Strategia social media (II) - social media targeting, conținut social media	Expunere Problematizare Conversația euristică Exerciții	2
Curs 10	Măsurarea eficienței campaniilor digitale. Instrumente și indicatori de performanță (Analytics)	Expunere Problematizare Conversația euristică Exerciții	2
Curs 11	Profesionalizarea influenței și influencerii	Expunere Problematizare Conversația euristică Exerciții	2
Curs 12	Transmedia Storytelling - Lumi narative și audiențe globale	Expunere Problematizare Conversația euristică Exerciții	2
Curs 13	Provocări în practica relațiilor publice online - Diviziunea digitală	Expunere Problematizare Conversația euristică Studii de caz	2
Curs 14	Aspecte etice în planificarea campaniilor de relații publice online	Expunere Problematizare Conversația euristică Studii de caz	2
Total ore curs:			28

1.2. Activități practice

Activități practice (8.2.a. Seminar ²⁰ / 8.2.b. Laborator ²¹ / 8.2.c. Proiect ²²)	Metode de predare	Nr. ore
Sem 1. Campanii de relații publice online - Studii de caz	Problematizare Studii de caz	2
Sem 2. Greșeli și eșecuri în campaniile de relații publice online - Studii de caz anii de PR - Comunicare internă	Problematizare Studii de caz	2
Planificare conținuturi online (I) - aplicație	Problematizare Studii de caz	2
Planificare conținuturi online (I) - aplicație	Problematizare Studii de caz	2
Comunități virtuale de brand și conversațiile online - Studiu de caz	Problematizare	2

²⁰ *Discuții, dezbateri, prezentare și/sau analiză de lucrări, rezolvare de exerciții și probleme*

²¹ *Demonstrație practică, exercițiu, experiment*

²² *Studiu de caz, demonstrație, exercițiu, analiza erorilor etc.*

	Studii de caz	
Managementul reputației online - provocare sau oportunitate - dezbateri	Aplicație practică	2
Importanța datelor în PR - provocări și avantaje - studii de caz și discuții & Prezentare portofolii	Aplicație practică	2
Total ore seminar/laborator		14

2. Bibliografie

2.1. Referințe bibliografice recomandate	1. Balaban, D., & Mustățea, M. (2019). Users' perspective on the credibility of social media influencers in Romania and Germany. <i>Romanian Journal of Communication and Public Relations</i>, 21(1), 31-46. 2. Balaban, D. C., & Szambolics, J. (2022). A proposed model of self-perceived authenticity of social media influencers. <i>Media and Communication</i>, 10(1), 235-246. 3. Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. <i>Journal of computer-mediated Communication</i>, 13 (1), 210-230. 4. Smith, R. D. (2017). Strategic planning for public relations 5. Cmeciu, C. (2016). <i>Tendințe actuale în campaniile de relații publice</i>. Polirom, București. 6. Dhanesh, Ganga S., and Gaelle Duthler. "Relationship management through social media influencers: Effects of followers' awareness of paid endorsement." <i>Public Relations Review</i> (2019). 7. Einwiller, S. A., & Steilen, S. (2015). Handling complaints on social network sites—An analysis of complaints and complaint responses on Facebook and Twitter pages of large US companies. <i>Public Relations Review</i>, 41 (2), 195-204. 8. Fournier, S., & Lee, L. (2009). Getting brand communities right. <i>Harvard business review</i>, 87 (4), 105-111. 9. Gómez, M., Lopez, C., & Molina, A. (2019). An integrated model of social media brand engagement. <i>Computers in Human Behavior</i>, 96, 196-206. 10. Jacobson, J., & Harrison, B. (2022). Sustainable fashion social media influencers and content creation calibration. <i>International Journal of advertising</i>, 41(1), 150-177. 11. Moreno, A., Navarro, C., Tench, R., & Zerfass, A. (2015). Does social media usage matter? An analysis of online practices and digital media perceptions of communication practitioners in Europe. <i>Public relations review</i>, 41 (2), 242-253. 12. Verčič, D., Verčič, A. T., & Sriramesh, K. (2015). Looking for digital in public relations. <i>Public Relations Review</i>, 41 (2), 142-152.
--	--

12.1.Referințe bibliografice suplimentare	13. Coelho, P. S., Rita, P., & Santos, Z. R. (2018). On the relationship between consumer-brand identification, brand community, and brand loyalty. <i>Journal of Retailing and Consumer Services</i> , 43 , 101-110. 14. Curtis, L., Edwards, C., Fraser, K. L., Gudelsky, S., Holmquist, J., Thornton, K., & Sweetser, K. D. (2010). Adoption of social media for public relations by nonprofit organizations. <i>Public Relations Review</i> , 36 (1), 90-92. 15. Geurin, A. N., & Burch, L. M. (2017). User-generated branding via social media: An examination of six running brands. <i>Sport Management Review</i> , 20 (3), 273-284. 16. Housholder, E., & LaMarre, H. L. (2015). Political social media engagement: Comparing campaign goals with voter behavior. <i>Public Relations Review</i> , 41 (1), 138-140. 17. Jeffres, L., Atkin, D., & Neuendorf, K. (2024). Content creators as social influencers: predicting online video posting behaviors. <i>Online Media and Global Communication</i>, 3(4), 631-658. 18. Sălcudean, M. (2015). <i>New media, social media și jurnalismul actual</i> . Tritonic. 19. Tursunbayeva, A., Franco, M., & Pagliari, C. (2017). Use of social media for e-Government in the public health sector: A systematic review of published studies. <i>Government Information Quarterly</i> , 34 (2), 270-282. 20. Van Ruler, B. (2015). Agile public relations planning: The reflective communication scrum. <i>Public Relations Review</i> , 41 (2), 187-194.
--	--

21. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului²³

- Se realizează prin consultarea periodică a acestora și prin colaborări în contextul activităților aplicative

22. Evaluare

Tip activitate	11.1 Criterii de evaluare	11.2 Metode de evaluare		11.3 Pondere din nota finală	Obs. ²⁴
11.4a Examen / Colocviu	● Cunoștințe teoretice și practice însușite (cantitatea, corectitudinea, acuratețea)	Teste pe parcurs ²⁵ :	25%	50% (minim 5)	
		Teme de casă:	%		
		Alte activități ²⁶ :	%		
		Evaluare finală:	25% (min. 5)		
11.4b Seminar	● Frecvența/relevanța intervențiilor sau răspunsurilor	Realizare portofoliu PR online (30%) Prezentare campanie PR (15%)		50% (minim 5)	
11.4c Laborator	● Cunoașterea aparaturii, a modului de utilizare a instrumentelor specifice; evaluarea unor instrumente sau realizări, prelucrarea și			(minim 5)	

²³ Legătura cu alte discipline, utilitatea disciplinei pe piața muncii

²⁴ CPE – condiționează participarea la examen; nCPE – nu condiționează participarea la examen; CEF - condiționează evaluarea finală; N/A – nu se aplică

²⁵ Se va preciza numărul de teste și săptămânile în care vor fi susținute.

²⁶ Cercuri științifice, concursuri profesionale etc.



	interpretarea unor rezultate			
11.4d Proiect	• Calitatea proiectului realizat, corectitudinea documentației proiectului, justificarea soluțiilor alese		% (minim 5)	
11.5 Standard minim de performanță ²⁷				50%

Fișa disciplinei cuprinde componente adaptate persoanelor cu CES (persoane cu dizabilități și persoane cu potențial înalt), în funcție de tipul și gradul acestora, la nivelul tuturor elementelor curriculare (competențe, obiective, conținuturi, metode de predare, evaluare alternativă), pentru a asigura șanse echitabile în pregătirea academică a tuturor studenților, acordând atenție sporită nevoilor individuale de învățare.

Data completării: | 1 | 5 | / | 0 | 9 | / | 2 | 0 | 2 | 5 |

Data avizării în Departament: | 2 | 3 | / | 0 | 9 | / | 2 | 0 | 2 | 5 |

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular disciplină	Lect. Dr. Anabella-Maria Beju-Aleman	
Responsabil program de studii	Conf. Univ. Dr. Raluca Mureșan	
Director Departament	Conf. Univ. dr. Adela-Elena Popa	

²⁷ Se particularizează la specificul disciplinei standardul minim de performanță din grila de competențe a programului de studii, dacă este cazul.

FIȘA DISCIPLINEI

Anul universitar 2025 - 2026

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Lucian Blaga din Sibiu
1.2. Facultatea	Științe Socio-Umane
1.3. Department	ASJRPS
1.4. Domeniul de studiu	Științe ale comunicării
1.5. Ciclul de studii	Licență
1.6. Specializarea	Comunicare și Relații publice

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Promovarea organizațiilor prin platforme de comunicare digitală			Cod	FSSU.ASJ.CRP.L.SA.5.2010.E-4.9		
2.2. Titular activități de curs	Lect. Univ. dr. Anabella-Maria Beju						
2.3. Titular activități practice	Asist univ. drd. Alberto-Andrei Duhomnicu						
2.4. An de studiu	3	2.5. Semestrul			5	2.6. Tipul de evaluare	E
2.7. Regimul disciplinei		A	2.8. Categoria formativă a disciplinei				S

3. Timpul total estimat

3.1. Extinderea disciplinei în planul de învățământ – număr de ore pe săptămână					
3.1.a.Curs	3.1.b. Seminar	3.1.c. Laborator	3.1.d. Proiect	3.1.e Alte	Total
2		1			3
3.2. Extinderea disciplinei în planul de învățământ – Total ore din planul de învățământ					
3.2.a.Curs	3.2.b. Seminar	3.2.c. Laborator	3.2.d. Proiect	3.2.e Alte	Total
28		14			42
Distribuția fondului de timp pentru studiu individual					Nr. ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					15
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					12
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					15
Tutoriat					10
Examinări					6
3.3. Total ore alocate studiului individual (NOSIsem)					58
3.4. Total ore din Planul de învățământ (NOADsem)					42
3.5. Total ore pe semestru (NOADsem + NOSIsem)					100
3.6. Nr ore / ECTS					25
3.7. Număr de credite					4

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. Discipline necesar a fi promovate anterior (de curriculum)	
4.2. Competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului	Sală de curs dotată cu tablă, videoproiector și acces la internet Platforme online pentru prezentări și exemple aplicate (ex. Canva, Adobe Express, Capcut)
5.2. De desfășurare a activităților practice (lab/sem/pr/aplic)	Sală de curs dotată cu tablă, videoproiector și acces la internet Platforme online pentru prezentări și exemple aplicate (ex. Canva, Adobe Express) Acces la platforme de social media și instrumente de promovare digitală (Facebook Ads Manager, Instagram Insights, Google Ads)

6. Rezultate ale învățării

Numărul de credite alocat disciplinei: 4				
Rezultatele învățării				Repartizare credite pe rezultatele învățării
Nr. crt.	Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie	
RÎ 1	C.6.2. La finalul cursului, studentul/absolventul va diferenția între strategiile și design-urile de comunicare specifice diferitelor contexte de comunicare organizaționale sau situaționale (comunicarea în situații de risc, în situații de criză, pentru producția schimbării sociale, pentru elaborarea politicilor publice, a politicilor interne etc).			1
RÎ 2		A.2.3. La finalul cursului, studentul/absolventul va putea adapta mesajele la diverse situații și categorii sau segmente de public în contextul comunicării profesionale.		1
RÎ 3			R.6.2. La finalul cursului, studentul/absolventul va putea redacta comunicate de presă și produce alte materiale de relații publice, respectiv mesaje adaptate la specificul diferitelor canale media	1

			și platforme digitale pentru a fi utilizate în contextul comunicării unei persoane publice, organizații sau mărci (brand).	
RÎ 4			R.2.2. La finalul cursului, studentul/absolventul va utiliza modelele de comunicare, teorii media și indicatori de audiență pentru a proiecta, adapta sau evalua planuri media;	1

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

7.1. Obiectivul general	Dobândirea cunoștințelor și a competențelor necesare pentru proiectarea, implementarea și evaluarea strategiilor de promovare a organizațiilor prin platforme de comunicare digitală, în conformitate cu cerințele de pe piața muncii specificul contextului organizațional și cu reglementările legale aplicabile.
7.2. Obiectivele specifice	Să diferențieze strategiile și design-urile de comunicare adaptate diverselor contexte organizaționale (situații de criză, risc, schimbare socială, politici publice, politici interne). Să identifice și să aplice legislația privind comunicarea publică și digitală (presa, audiovizual, drepturi de autor, protecția datelor). Să evalueze percepția publică și să participe activ la conversații profesionale în raport cu persoane publice, organizații sau branduri. Să utilizeze instrumente digitale pentru comunicarea și partajarea resurselor în medii online. Să redacteze comunicate de presă și alte materiale de relații publice adaptate platformelor digitale și canalelor media. Să aplice metode de cercetare a opiniei publice relevante pentru organizații, branduri sau persoane publice.

8. Conținuturi

8.1. Curs		Metode de predare	Nr. ore
Curs 1	Introducere în comunicarea organizațională digitală. Tendințe și provocări actuale	Prezentare la tablă a problematicei studiate, utilizare videoproiector, discuții cu studenții	2
Curs 2	Strategii de promovare în mediul online: paid, owned, earned media	Prezentare la tablă a problematicei studiate, utilizare videoproiector, discuții cu studenții	2
Curs 3	Branding și identitate vizuală în mediile digitale	Prezentare la tablă a problematicei studiate, utilizare videoproiector, discuții cu studenții	2
Curs 4	Platformele sociale majore (Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn, YouTube) – particularități și audiențe	Prezentare la tablă a problematicei studiate, utilizare videoproiector, discuții cu studenții	2
Curs 5	Content marketing: tipuri de conținut digital și adaptarea lor la platforme	Prezentare la tablă a problematicei studiate, utilizare videoproiector, discuții cu studenții	2
Curs 6	Storytelling digital și narativitate transmedia.	Prezentare la tablă a problematicei studiate, utilizare videoproiector, discuții cu studenții	2
Curs 7	Monitorizarea și evaluarea campaniilor digitale (KPI, metrice, ROI)	Prezentare la tablă a problematicei studiate, utilizare videoproiector, discuții cu studenții	2
Curs 8	Crize de imagine în mediul digital. Strategii de gestionare	Prezentare la tablă a problematicei studiate, utilizare videoproiector, discuții cu studenții	2

Curs 9	Reglementări și etică în comunicarea digitală (GDPR, copyright, publicitate online)	Prezentare la tablă a problematicii studiate, utilizare videoproiector, discuții cu studenții	2
Curs 10	Influenceri și micro-influenceri – rolul lor în campanii digitale	Prezentare la tablă a problematicii studiate, utilizare videoproiector, discuții cu studenții	2
Curs 11	Instrumente digitale de analiză (Google Analytics, Meta Insights)	Prezentare la tablă a problematicii studiate, utilizare videoproiector, discuții cu studenții	2
Curs 12	Publicitate targetată și campanii PPC (Facebook Ads, Google Ads)	Prezentare la tablă a problematicii studiate, utilizare videoproiector, discuții cu studenții	2
Curs 13	Viitorul comunicării digitale – AI, VR/AR, automatizări	Prezentare la tablă a problematicii studiate, utilizare videoproiector, discuții cu studenții	2
Curs 14	Sinteză și pregătire pentru evaluarea finală	Prezentare la tablă a problematicii studiate, utilizare videoproiector, discuții cu studenții	2
Total ore curs:			28

8.2. Activități practice

8.2.b. Laborator	Metode de predare	Nr. ore
Laborator 1. Analiza prezenței online a unei organizații	Exerciții aplicate, dezbateri, joc de rol	2
Laborator 2. Exercițiu de redactare și adaptare de postări pentru platforme diferite	Exerciții aplicate, dezbateri, joc de rol	2
Laborator 3. Crearea unui plan editorial digital (calendar de conținut).	Exerciții aplicate, dezbateri, joc de rol	2
Laborator 4. Realizarea de materiale vizuale simple (Canva, Adobe Express)	Exerciții aplicate, dezbateri, joc de rol	2
Laborator 5. Evaluare intermediară: prezentarea unei mini-campanii digitale (1-2 postări + vizual + plan scurt).	Exerciții aplicate, dezbateri, joc de rol	2
Laborator 6. Crearea unei campanii PPC de test (mock-up)	Exerciții aplicate, dezbateri, joc de rol	2
Laborator 14. Prezentarea și feedback-ul proiectelor finale.	Exerciții aplicate, dezbateri, joc de rol	2
Total ore seminar/laborator		14

9. Bibliografie

9.1. Referințe bibliografice recomandate	Stoica, D. (2004). Comunicare publică. Relații publice, București
	Coman, M. (2009). <i>Introducere în sistemul mass-media</i> . Iași: Polirom.
	Târnovan, A.M. (2015). Socio-Communicational Capital in the digital age. Communication, social capital, development and social change. București: Tritonic.
	Andrews, R. (2010). Organizational social capital, structure and performance. <i>Human Relations</i> , 63(5), 583-608.
	Dolbec, P.-Y. (2021). <i>Digital marketing strategy</i> (Open textbook). Concordia Open Textbooks. https://opentextbooks.concordia.ca/digitalmarketing/
	Bessems, K. M. H. H., Simovska, V., Driessen Willems, M. D., Carlsson, M., & de Vries, N. K. (2022). Factors influencing sustainability of online platforms for professionals: A mixed-method study in OECD countries. <i>Health Promotion International</i> , https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC8851401/

9.2. Referințe bibliografice suplimentare	Cheah, Jun-Hwa. (2017). The Impact of Social Media Influencers on Purchase Intention and the Mediation Effect of Customer Attitude. Asian Journal of Business Research. 7. 19-36. 10.14707/ajbr.170035.
	Eleonora et al. (2024). “A bibliometric analysis of digital advertising in social media.” https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/23311975.2024.2383794#abstract
	Rosário, A.T.; Dias, J.C. The Role of Digital Marketing in Shaping Sustainable Consumption: Insights from a Systematic Literature Review. <i>Sustainability</i> 2025 , <i>17</i> , 7784. https://doi.org/10.3390/su17177784

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

Conținuturile disciplinei pun accentul pe competențele digitale, adaptarea mesajelor organizaționale la diverse platforme online, respectarea reglementărilor specifice și pregătirea studenților pentru cerințele actuale ale pieței muncii în domeniul comunicării și relațiilor publice.

11. Evaluare

Tip activitate	11.1 Criterii de evaluare	11.2 Metode de evaluare		11.3 Pondere din nota finală	Obs.
11.4a Examen / Colocviu	● Cunoștințe teoretice și practice însușite (cantitatea, corectitudinea, acuratețea)	Teste pe parcurs:	25%	60%	CEF
		Teme de casă:	15%		
		Alte activități:	0%		
		Evaluare finală:	30%		
11.4b Seminar	● Frecvența/relevanța intervențiilor sau răspunsurilor			0%	N/A
11.4c Laborator	● Cunoașterea aparaturii, a modului de utilizare a instrumentelor specifice; evaluarea unor instrumente sau realizări, prelucrarea și interpretarea unor rezultate	Portofoliu lucrări experimentale Demonstrație practică Autoevaluarea, prezentarea și/sau susținerea portofoliului de lucrări		40%	CPE
11.4d Proiect	● Calitatea proiectului realizat, corectitudinea documentației proiectului, justificarea soluțiilor alese			0%	N/A
11.5 Standard minim de performanță					50%

Fișa disciplinei cuprinde componente adaptate persoanelor cu CES (persoane cu dizabilități și persoane cu potențial înalt), în funcție de tipul și gradul acestora, la nivelul tuturor elementelor curriculare (competențe, obiective, conținuturi, metode de predare, evaluare alternativă), pentru a asigura șanse echitabile în pregătirea academică a tuturor studenților, acordând atenție sporită nevoilor individuale de învățare.

Data completării: |1|8| / |0|9| / |2|0|2|5|

Data avizării în Departament: |2|3| / |0|9| / |2|0|2|5|



	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular disciplină	Lect. Univ. dr. Anabella-Maria Beju	
Responsabil program de studii	Conf. univ. dr. Raluca Mureșan	
Director Departament	Conf. Univ. dr. Adela Popa	

FIȘA DISCIPLINEI

Anul universitar 2025 - 2026

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Lucian Blaga din Sibiu
1.2. Facultatea	Științe Socio-Umane
1.3. Departament	ASJRPS
1.4. Domeniul de studiu	Științe ale comunicării
1.5. Ciclul de studii ¹	Licență
1.6. Specializarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei		Managementul relațiilor publice			Cod	FSSU.ASJ.CRP.L.SO.6.21 00.E-4.1		
2.2. Titular activități de curs		Lect. univ. dr. Ioana Adela Curta						
2.3. Titular activități practice		Lect. univ. dr. Ioana Adela Curta						
2.4. An de studiu ²		3	2.5. Semestrul ³		6	2.6. Tipul de evaluare ⁴		E
2.7. Regimul disciplinei ⁵			O	2.8. Categoria formativă a disciplinei ⁶				S

3. Timpul total estimat

3.1. Extinderea disciplinei în planul de învățământ – număr de ore pe săptămână					
3.1.a.Curs	3.1.b. Seminar	3.1.c. Laborator	3.1.d. Proiect	3.1.e Alte	Total
2	1	-	-	-	3
3.2. Extinderea disciplinei în planul de învățământ – total ore din planul de învățământ					
3.2.a.Curs	3.2.b. Seminar	3.2.c. Laborator	3.2.d. Proiect	3.2.e Alte	Total ⁷
28	14	-			42
Distribuția fondului de timp pentru studiu individual⁸					Nr. ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					19
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					19
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					10

¹ Licență / Master

² 1-4 pentru licență, 1-2 pentru master

³ 1-8 pentru licență, 1-3 pentru master

⁴ Examen, colocviu sau VP A/R – din planul de învățământ

⁵ Regim disciplină: O=Disciplină obligatorie; A=Disciplină opțională; U=Facultativă

⁶ Categoria formativă: Categoria formativă: Aprofundare=R; Complementară=C; Domeniu= D, Fundamentală=F; Sinteză=Z; Specialitate=S; Universitate=T

⁷ Este egal cu 14 săptămâni x numărul de ore de la punctul 3.1 (similar pentru 3.2.a.b.c.d.e.)

⁸ Liniile de mai jos se referă la studiul individual; totalul se completează la punctul 3.37.

Tutoriat ⁹	4
Examinări ¹⁰	6
3.3. Total ore alocate studiului individual¹¹ ($NOSI_{sem}$)	58
3.4. Total ore din Planul de învățământ ($NOAD_{sem}$)	42
3.5. Total ore pe semestru¹² ($NOAD_{sem} + NOSI_{sem}$)	100
3.6. Nr ore / ECTS	25
3.7. Număr de credite¹³	4

⁹ Între 7 și 14 ore

¹⁰ Între 2 și 6 ore

¹¹ Suma valorilor de pe liniile anterioare, care se referă la studiul individual.

¹² Suma (3.5.) dintre numărul de ore de activitate didactică directă ($NOAD$) și numărul de ore de studiu individual ($NOSI$) trebuie să fie egală cu numărul de credite alocate disciplinei (punctul 3.7) x nr. ore pe credit (3.6.)

¹³ Numărul de credit se calculează după formula următoare și se rotunjește la valori vecine întregi (fie prin micșorare fie prin majorare)

$$\text{Nr.credite} = \text{NOCpSpD} \times \text{CC} + \text{NOApSpD} \times \text{CATOCpSpD} \times \text{CC} + \text{TOApSpD} \times \text{CA} \times 30 \text{ credite}$$

Unde:

- NOCpSpD = Număr ore curs/săptămână/disciplina pentru care se calculează creditele
- NOApSpD = Număr ore aplicații (sem./lab./pro.)/săptămână/disciplina pentru care se calculează creditele
- TOCpSpD = Număr total ore curs/săptămână din plan
- TOApSpD = Număr total ore aplicații (sem./lab./pro.)/săptămână din plan
- C_C/C_A = Coeficienți curs/aplicații calculate conform tabelului

Coeficienți

Curs

Aplicații (S/L/P)

Licență

2

1

Master

2,5

1,5

Licență lb. străină

2,5

1,25



4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. Discipline necesar a fi promovate anterior (de curriculum) ¹⁴	-
4.2. Competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului ¹⁵	-
5.2. De desfășurare a activităților practice (lab/sem/pr/alte) ¹⁶	-

6. Rezultate ale învățării¹⁷

Numărul de credite alocat disciplinei: 4				
Rezultatele învățării				Repartizare credite pe rezultatele învățării
Nr. crt.	Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie	
Rî 1	C.6.Studentul/absolventul este capabil să identifice principiile relațiilor publice și managementului reputației și factorii de influență asupra percepțiilor părților interesate sau asupra categoriilor de public în raport cu o organizație, cu marca (brandul) acesteia sau în raport cu o persoană;			1
Rî 2	C.6.2.Studentul/absolventul este capabil să diferențieze strategiile și design-urile de comunicare specifice diferitelor contexte de comunicare organizaționale sau situaționale (comunicarea în situații de risc, în situații de criză, pentru producția schimbării sociale, pentru elaborarea politicilor publice, a politicilor interne etc.).			1

¹⁴ Se menționează disciplinele obligatoriu a fi promovate anterior sau echivalente

¹⁵ Tablă, videoproiector, flipchart, materiale didactice specifice, platforme on-line etc.

¹⁶ Tehnică de calcul, pachete software, standuri experimentale, platforme on-line etc.

¹⁷ Rezultatele învățării se vor menționa în funcție de standardele specifice ale Comisiilor de specialitate ARACIS (<https://www.aracis.ro/ghiduri/>)

RÎ 3			R.6.2: Studentul/absolventul poate redacta comunicate de presă și produce alte materiale de relații publice, respectiv mesaje adaptate la specificul diferitelor canale media și platforme digitale pentru a fi utilizate în contextul comunicării unei persoane publice, organizații sau mărci (brand).	1
RÎ 4			R.7.4. Studentul/absolventul poate planifica/ asuma și respecta termene strânse pentru a realiza sarcini sau proiecte profesionale;	1

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

7.1. Obiectivul general	Dobândirea de competente manageriale de către studenți pentru a identifica la timp problemele specific manageriale. Să mărească capacitatea studenților de a lua decizii de tip managerial (a identifica soluțiile și instrumentele necesare pentru evitare/rezolvare problemelor).
7.2. Obiectivele specifice	Capacitatea de a analiza strategic o situație organizațională și aplicarea funcțiilor manageriale prin formularea și implementarea planurilor, strategiilor și folosind instrumentele manageriale din sfera relațiilor publice într- un context economico-politic și social dat. Posibilitatea de a reprezenta organizația în relație cu diverse categorii de publicuri vizate și ceilalți actori sociali. Capacitatea de a acționa în cazuri de criză organizațională și să inițieze schimbarea, asigurând performanța în activitatea de relații publice a organizației în contextul globalizării.

8. Conținuturi

8.1. Curs¹⁸		Metode de predare¹⁹	Nr. ore
Curs 1	Curs introductiv despre Relațiile Publice	Prelegere, utilizare videoproiector	2
Curs 2	Funcțiile comunicării	Prelegere, utilizare videoproiector	2
Curs 3	MRP ca parte a managementului organizațional. Principii ale relațiilor publice	Prelegere, utilizare videoproiector	2
Curs 4	Moduri și mijloace de comunicare	Prelegere, utilizare videoproiector	2
Curs 5	Campania de relații publice.	Prelegere, utilizare videoproiector	2
Curs 6	Rolul Managementului Relațiilor Publice	Prelegere, utilizare videoproiector	2

¹⁸ Titluri de capitole și paragrafe

¹⁹ Expunere, prelegere, prezentare la tablă a problematicii studiate, utilizare videoproiector, discuții cu studenții (pentru fiecare capitol, dacă este cazul)



Curs 7	Funcțiile MRP	Prelegere, utilizare videoproiector	2
Curs 8	Planificarea în Managementul Relațiilor Publice	Prelegere, utilizare videoproiector	2
Curs 9	Strategii manageriale ale firmelor de relații publice	Prelegere, utilizare videoproiector	2
Curs 10	Campania de relații publice	Prelegere, utilizare videoproiector	2
Curs 11	Organizarea unui eveniment	Prelegere, utilizare videoproiector	2
Curs 12	Relațiile publice – definite ca formă de comunicare instituțională	Prelegere, utilizare videoproiector	2
Curs 13	Managementul relației cu clienții	Prelegere, utilizare videoproiector	2
Curs 14	Procesul de relații publice, trăsături, caracteristici, cercetare	Prelegere, utilizare videoproiector	2
Total ore curs:			28

8.2. Activități practice

Activități practice (8.2.a. Seminar/ 8.2.b. Laborator/ 8.2.c. Proiect)		Metode de predare ²⁰	Nr. ore
Seminar 1	Experimentarea de diverse roluri: manageri, întreprinzători, lideri	Discuții, prezentare de lucrări	2
Seminar 2	Stabilire misiune, obiective seminar (nota previzionată)+proiect (obiective proiect)	Studii de caz, prezentare de lucrări	2
Seminar 3	Strategii (pot fi și pentru a obține rezultatele previzionate la seminar): descriere strategiile firmei/organizației studiate	Studii de caz, prezentare de lucrări	2
Seminar 4	Tipuri de posturi în PR (ex: căutați pe internet 3 posturi de PR în cadrul unei firme) alegeți unul și motivați de ce ați ales acel post	Discuții, prezentare de lucrări	2
Seminar 5	Structura organizatorică a firmei/organizației studiate în cadrul proiectului; relații între departamente, angajați	Studii de caz, prezentare de lucrări	2
Seminar 6	Exercițiu (simulare): elaborarea unui anunț de recrutare, interviu de selecție	Studii de caz, prezentare de lucrări	2
Seminar 7	Tipuri de lideri și leadership (alegerea unui lider al echipei, stabilirea atribuțiilor, sarcinilor și responsabilităților fiecăruia)	Discuții, prezentare de lucrări	2
Total ore seminar			14

9. Bibliografie

9.1. Referințe bibliografice recomandate	Oliver Sandra, „Strategii de relații publice”, Editura Polirom, Iași, 2009
	Coman, Cristina, „Relațiile publice și mass-media”, Ed. Polirom, Iași, 2004

²⁰ Discuții, dezbateri, prezentare și/sau analiză de lucrări, rezolvare de exerciții și probleme

9.2. Referințe bibliografice suplimentare	Coman, Cristina, „ <i>Relațiile publice: tehnici de comunicare cu presa</i> ”, Ed. Polirom, Iași, 2007
	Nica Panaite, Nestian Andrei, Iftimescu Aurelian,ș.a., „ <i>Managementul Organizației</i> ”, Editura Sedcom Libris, Iasi, 2014
	Dygert Charles, Jacobs Richard, „ <i>Managementul culturii organizationale</i> ”, Editura Polirom, Iași, 2006
	Green Andy, „ <i>Comunicarea eficientă în Relațiile Publice</i> ”, Editura Polirom, Iași, 2009
	Coman Cristina, „ <i>Comunicarea de Criză</i> ”, Editura Polirom, Iași, 2009
	Newsom, Doug, VanSlyke Turk, Judy, Kruckeberg, Dean, <i>Totul despre relațiile publice</i> , Ed. Polirom, Iași, 2003
	Agheorghiesei Corodeanu, D.T., „ <i>Etică în Administrația Publică.O abordare managerială</i> ”, Ed. Tritonic, București, 201

10. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului²¹

Conceperea conținuturilor disciplinei a avut în vedere asigurarea unui nivel mediu de cunoștințe care să le permită absolvenților desfășurarea de activități în cadrul agențiilor de publicitate. Conținuturile disciplinei răspund așteptărilor reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului de studiu, fiind elaborate pe baza unor materiale cu caracter științific recunoscute în plan internațional și sunt în concordanță cu așteptările angajatorilor din domeniul aferent programului.

11. Evaluare

Tip activitate	11.1 Criterii de evaluare	11.2 Metode de evaluare		11.3 Pondere din nota finală	Obs. ²²
11.4a Examen / Colocviu	Cunoștințe teoretice și practice însușite (cantitatea, corectitudinea, acuratețea)	Teste pe parcurs ²³ :	P _{1.1} =_20% N _{1.1} ≥5	P ₁ =75_% N ₁ ≥5	P ₁ = P _{1.1} + P _{1.2} + P _{1.3} + P _{1.4} CPE
		Teme de casă:	P _{1.2} =_5% N _{1.2} ≥5		
		Alte activități ²⁴ :	P _{1.3} = -_% N _{1.3} ≥5		
		Evaluare finală:	P _{1.4} = 50_% N _{1.4} ≥5		

²¹ Legătura cu alte discipline, utilitatea disciplinei pe piața muncii

²² CPE – condiționează participarea la examen; nCPE – nu condiționează participarea la examen; CEF - condiționează evaluarea finală; N/A – nu se aplică

²³ Se va preciza numărul de teste și săptămânile în care vor fi susținute.

²⁴ Cercuri științifice, concursuri profesionale etc.



11.4b Seminar	Frecvența/relevanța intervențiilor sau răspunsurilor	Evidența intervențiilor, portofoliu de lucrări (referate, sinteze științifice)	$P_2=25\%$ $N_2 \geq 5$	CPE
11.4c Laborator	Cunoașterea aparaturii, a modului de utilizare a instrumentelor specifice; evaluarea unor instrumente sau realizări, prelucrarea și interpretarea unor rezultate	- Chestionar scris - Răspuns oral - Caiet de laborator, lucrări experimentale, referate etc. - Demonstrație practică	$P_3 = _ \%$ $N_3 \geq 5$	N/A
11.4d Proiect	Calitatea proiectului realizat, corectitudinea documentației proiectului, justificarea soluțiilor alese	- Autoevaluarea, prezentarea și/sau susținerea proiectului - Evaluarea critică a unui proiect	$P_4 = _ \%$ $N_4 \geq 5$	N/A
11.5 Standard minim de performanță ²⁵			$N_T = 5$	$P_T = 100 \%$
$N_T = 1 + 0,9 \times \sum_{n=1}^4 (P_n \times N_n) \geq 5$ $P_T = P_1 + P_2 + P_3 + P_4 = 100\%$ $N_T = 1 + 0,9 \times [(P_{1.1} \times N_{1.1} + P_{1.2} \times N_{1.2} + P_{1.3} \times N_{1.3} + P_{1.4} \times N_{1.4}) + P_2 \times N_2 + P_3 \times N_3 + P_4 \times N_4]$ Unde: 1 = punctul din oficiu (adăugat la calculul notei finale) P = Pondere (P_T = Pondera totală); N = Nota (N_T = Nota finală);				

Fișa disciplinei cuprinde componente adaptate persoanelor cu CES (persoane cu dizabilități și persoane cu potențial înalt), în funcție de tipul și gradul acestora, la nivelul tuturor elementelor curriculare (competențe, obiective, conținuturi, metode de predare, evaluare alternativă), pentru a asigura șanse echitabile în pregătirea academică a tuturor studenților, acordând atenție sporită nevoilor individuale de învățare.

Data completării: | 2 | 0 | / | 0 | 9 | / | 2 | 0 | 2 | 5 |

Data avizării în Departament: | 2 | 3 | / | 0 | 9 | / | 2 | 0 | 2 | 5 |

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular disciplină	Lect. univ. dr. Ioana Adela Curta	
Responsabil program de studii	Conf. univ. dr. Raluca Mureșan	
Director Departament	Conf. univ. dr. Adela Popa	

²⁵ Se particularizează la specificul disciplinei standardul minim de performanță din grila de competențe a programului de studii, dacă este cazul.

FIȘA DISCIPLINEI

Anul universitar 2025 - 2026

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Lucian Blaga din Sibiu
1.2. Facultatea	Științe Socio-Umane
1.3. Department	ASJRPS
1.4. Domeniul de studiu	Științe ale Comunicării
1.5. Ciclul de studii	Licență
1.6. Specializarea	Comunicare și Relații Publice

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Promovarea organizațiilor cu ajutorul radioului și al televiziunii	Cod	FSSU.ASJ.CRP.L.SO.6.0330.C-8.2
2.2. Titular activități de curs			
2.3. Titular activități practice	Asist. Univ. drd. Alberto Duhomnicu		
2.4. An de studiu	3	2.5. Semestrul	6
2.6. Tipul de evaluare	C		
2.7. Regimul disciplinei	O	2.8. Categoria formativă a disciplinei	S

3. Timpul total estimat

3.1. Extinderea disciplinei în planul de învățământ – număr de ore pe săptămână					
3.1.a.Curs	3.1.b. Seminar	3.1.c. Laborator	3.1.d. Proiect	3.1.e Alte	Total
	3	3			6
3.2. Extinderea disciplinei în planul de învățământ – Total ore din planul de învățământ					
3.2.a.Curs	3.2.b. Seminar	3.2.c. Laborator	3.2.d. Proiect	3.2.e Alte	Total
	42	42			84
Distribuția fondului de timp pentru studiu individual					Nr. ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					34
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					32
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					32
Tutoriat					14
Examinări					4
3.3. Total ore alocate studiului individual (NOSIsem)					116
3.4. Total ore din Planul de învățământ (NOADsem)					84
3.5. Total ore pe semestru (NOADsem + NOSIsem)					200
3.6. Nr ore / ECTS					25
3.7. Număr de credite					8

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. Discipline necesar a fi promovate anterior (de curriculum)	Introducere in sistemul mass-media Elaborarea produselor de Relații Publice cu ajutorul mijloacelor audio-video
4.2. Competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului	
5.2. De desfășurare a activităților practice (lab/sem/pr/aplic)	- Sală de seminar – cu video-proiector, calculator sistem audio (boxe); - Studio TV echipat cu: trusă teren – cameră, trepied, acumulatori; - Echipament studio: computere, plasmă, proiector, difuzor, monitoare; - Echipament laborator: camere studio, prompter, reflectoare, decor TV, regie. - Laborator cu dotari de studio radio

6. Rezultate ale învățării

Numărul de credite alocat disciplinei: 8				
Rezultatele învățării				Repartizare credite pe rezultatele învățării
Nr. crt.	Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie	
RÎ 1	C.3.1. La finalul cursului studentul va putea distinge între diferite tipuri de conținuturi și moduri de expresie (text, fotografie, audio, video) și tipuri de canale media: presa tipărită, televiziunea, radioul, cinematografia, presa online, platformele digitale, aplicațiile mobile;			1
RÎ 2	C.6.2. La finalul cursului studentul va diferenția între strategiile și design-urile de comunicare specifice diferitelor contexte de comunicare organizaționale sau situaționale (comunicarea în situații de risc, în situații de criză, pentru producția schimbării sociale, pentru elaborarea politicilor publice, a politicilor interne etc.).			1
RÎ 3	C.3.3. La finalul cursului studentul va putea aplica tehnici de redactare sau			



	structurare a conținutului (narative, descriptive, expositive, argumentative sau persuasive) și principii de retorică sau compunere a mesajelor ce vizează îmbunătățirea capacității scriitorilor și vorbitorilor de a informa, convinge sau motiva publicul;			
RÎ 4		A.3.1. La finalul cursului studentul va putea aplica practici de producție potrivite pentru diferite tipuri de conținuturi și moduri de expresie (text, fotografie, audio, video) și tipuri de canale media: presa tipărită, televiziunea, radioul, cinematografia, presa online, platformele digitale, aplicațiile mobile;		1
RÎ 5		A.3.4. La finalul cursului studentul va putea utiliza aplicații software pentru compunerea, editarea, formatarea și oricărui tip de material scris sau compunerea și editarea de materiale audiovizuale		1
RÎ 6			R.2.2. . La finalul cursului studentul va putea utiliza modelele de comunicare, teorii media și indicatori de audiență pentru a proiecta, adapta sau evalua planuri media;	1
RÎ 7			R.3.1. . La finalul cursului studentul va putea produce un conținut sau produs media în vederea difuzării/publicării pe unul sau mai multe canale sau platforme, utilizând media (text, fotografie, audio, video) separat sau în conjuncție în contextul realizării unui proiect profesional;	1
RÎ 8			R.3.2. . La finalul cursului studentul va redacta și edita texte originale de natură creativă, jurnalistice, promoționale, publicitare, de promovare	1

			instituțională, funcțională, tehnice sau academice.	
--	--	--	---	--

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

7.1. Obiectivul general	Dezvoltarea competențelor teoretice și practice necesare pentru utilizarea televiziunii și radioului ca instrumente eficiente de promovare organizațională, prin înțelegerea mecanismelor media, a proceselor de producție și a strategiilor de comunicare adaptate mediilor audiovizuale.
7.2. Obiectivele specifice	Analizarea rolului televiziunii și radioului în comunicarea organizațională și în construirea imaginii publice. Identificarea și segmentarea publicurilor țintă, în funcție de specificul fiecărui mediu audiovizual. Elaborarea mesajelor TV și radio, adaptate formatelor, limbajelor și tehnicilor specifice. Aplicarea principiilor de redactare, scenarizare și structurare pentru materiale audiovizuale (spoturi, intervenții live, interviuri, știri). Utilizarea instrumentelor de producție audio și video de bază pentru realizarea conținuturilor media. Dezvoltarea abilităților de prezentare, dicție și comunicare vocală, necesare aparițiilor radio și TV. Analizarea campaniilor de promovare realizate în mediile TV și radio și evaluarea eficienței acestora. Aplicarea regulilor de etică și deontologie media, în contextul comunicării organizaționale. Planificarea unei mini-campanii de promovare folosind canale TV și radio, în funcție de obiective și publicuri.

8. Conținuturi

8.2.a Seminar	Metode de predare	Nr. ore
Seminar 1. Rolul televiziunii în promovarea organizațiilor	Analiză de caz, dezbateri, exercițiu practic	3
Seminar 2. Analiza audienței și publicul țintă în mediul TV	Analiză de caz, dezbateri, exercițiu practic	3
Seminar 3. Formate TV utilizate în comunicarea organizațională	Analiză de caz, dezbateri, exercițiu practic	3
Seminar 4. Construirea mesajului video pentru TV	Analiză de caz, dezbateri, exercițiu practic	3
Seminar 5. Elemente de comunicare vizuală în televiziune	Analiză de caz, dezbateri, exercițiu practic	3
Seminar 6. Organizarea fluxului de producție video în campaniile de PR	Analiză de caz, dezbateri, exercițiu practic	3
Seminar 7. Evaluare intermediară teoretică	Analiză de caz, dezbateri, exercițiu practic	3
Seminar 8. Comunicate și evenimente de presă diseminate cu ajutorul televiziunii	Analiză de caz, dezbateri, exercițiu practic	3
Seminar 9. Interviul TV ca instrument de promovare	Analiză de caz, dezbateri, exercițiu practic	3
Seminar 10. Branding vizual și identitate în aparițiile TV	Analiză de caz, dezbateri, exercițiu practic	3
Seminar 11. Interviul TV ca instrument de promovare	Analiză de caz, dezbateri, exercițiu practic	3

Seminar 12. Planificarea unei campanii TV	Analiză de caz, dezbatere, exercițiu practic	3
Seminar 13. Evaluarea impactului aparițiilor TV	Analiză de caz, dezbatere, exercițiu practic	3
Seminar 14. Evaluare finală	Discuții, prezentare de lucrări	3
Total ore seminar:		42

8.1. Activități practice

8.2.b. Laborator	Metode de predare	Nr. ore
Laborator 1. Specificul promovării organizațiilor prin radio	Exerciții aplicate, dezbatere, joc de rol	3
Laborator 2. Tehnici de scriere pentru mediul radiofonic	Exerciții aplicate, dezbatere, joc de rol	3
Laborator 3. Vocea ca instrument de comunicare organizațională	Exerciții aplicate, dezbatere, joc de rol	3
Laborator 4. Structura și realizarea unui spot radio	Exerciții aplicate, dezbatere, joc de rol	3
Laborator 5. Redactarea unui comunicat radio	Exerciții aplicate, dezbatere, joc de rol	3
Laborator 6. Interviu radio – tehnici și aplicabilitate	Exerciții aplicate, dezbatere, joc de rol	3
Laborator 7. Evaluare intermediară – Realizarea unui material video aplicat	Discuții, prezentare de lucrări	3
Laborator 8. Identitatea sonoră a organizațiilor	Exerciții aplicate, dezbatere, joc de rol	3
Laborator 9. Introducere în editare audio pentru radio	Exerciții aplicate, dezbatere, joc de rol	3
Laborator 10. Realizarea unui mini-jingle organizațional	Exerciții aplicate, dezbatere, joc de rol	3
Laborator 11. Simulare de live radio: anunțuri și intervenții	Exerciții aplicate, dezbatere, joc de rol	3
Laborator 12. Crearea unui micro-program informativ	Exerciții aplicate, dezbatere, joc de rol	3
Laborator 13. Analiza campaniilor audio de promovare	Exerciții aplicate, dezbatere, joc de rol	3
Laborator 14. Prezentarea și analiza critică a proiectelor finale	Discuții, prezentare de lucrări	3
Total ore laborator		42

9. Bibliografie

9.1. Referințe bibliografice recomandate	Bernard Dagenais, Profesia de relaționist, Editura Polirom, Iași, 2002
	Bakenhus, Norbert, Radioul local, Editura Polirom, Iași 1998.
	Daniel Șerbănică, Nina Brătfăla, Relațiile Publice, Editura Gruber, București, 2001.
	Doru Pop, Introducere în teoria relațiilor publice, Editura Dacia, Cluj, 2000.
9.2. Referințe bibliografice suplimentare	Bernard Dagenais, Profesia de relaționist, Editura Polirom, Iași, 2002
	Alexa, Florin, Introducere în tehnica sunetului, Editura de Vest, Timisoara 1999.
	Cristian Grossu, Liviu Avram, Jurnalismul de investigație, Editura Polirom, Iași, 2004
	De Maesneer, Paul (ed.), Here is the news. A Radio News Manual, UNesco.

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

Disciplina este aliniată cu așteptările comunității academice și profesionale, prin abordarea competențelor cerute în televiziune, radio și comunicare organizațională, asigurând formarea abilităților practice și teoretice necesare angajatorilor din domeniul media.

11. Evaluare

Tip activitate	11.1 Criterii de evaluare	11.2 Metode de evaluare		11.3 Pondere din nota finală	Obs.
11.4a Examen / Colocviu	● Cunoștințe teoretice și practice însușite (cantitatea, corectitudinea, acuratețea)	Teste pe parcurs:	10%	50%	CEF
		Teme de casă:	10%		
		Alte activități:	0%		
		Evaluare finală:	30%		
11.4b Seminar	● Frecvența/relevanța intervențiilor sau răspunsurilor	Răspuns oral, lucrări experimentale		25%	CPE
11.4c Laborator	● Cunoașterea aparaturii, a modului de utilizare a instrumentelor specifice; evaluarea unor instrumente sau realizări, prelucrarea și interpretarea unor rezultate	Caiet de laborator, materiale realizate Demonstrație practică		25%	CPE
11.4d Proiect	● Calitatea proiectului realizat, corectitudinea documentației proiectului, justificarea soluțiilor alese	●		0%	N/A
11.5 Standard minim de performanță					50%

Fișa disciplinei cuprinde componente adaptate persoanelor cu CES (persoane cu dizabilități și persoane cu potențial înalt), în funcție de tipul și gradul acestora, la nivelul tuturor elementelor curriculare (competențe, obiective, conținuturi, metode de predare, evaluare alternativă), pentru a asigura șanse echitabile în pregătirea academică a tuturor studenților, acordând atenție sporită nevoilor individuale de învățare.

Data completării: 11/8 / 10/9 / 12/10/21/51

Data avizării în Departament: 12/13 / 10/9 / 12/10/21/51

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular disciplină	Asist. Univ. drd. Alberto Duhomnicu	
Responsabil program de studii	Conf. Univ. dr. Raluca Mureșan	
Director Departament	Conf. univ. dr. Adela Popa	

FIȘA DISCIPLINEI

Anul universitar 2025 - 2026

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Lucian Blaga din Sibiu
1.2. Facultatea	Științe Socio-Umane
1.3. Departament	ASJRPS
1.4. Domeniul de studiu	Științe ale comunicării
1.5. Ciclul de studii ¹	Licență
1.6. Specializarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	GESTIUNEA CRIZEI	Cod	FSSU.ASJ.CRP.L.SO.6.2010.C-4.3
2.2. Titular activități de curs	Conf. univ. dr. Raluca Mureșan		
2.3. Titular activități practice	Asist. univ. drd. Alberto Duhovnicu		
2.4. An de studiu ²	3	2.5. Semestrul ³	6
2.6. Tipul de evaluare ⁴	C		
2.7. Regimul disciplinei ⁵	O	2.8. Categoria formativă a disciplinei ⁶	S

3. Timpul total estimat

3.1. Extinderea disciplinei în planul de învățământ – număr de ore pe săptămână					
3.1.a.Curs	3.1.b. Seminar	3.1.c. Laborator	3.1.d. Proiect	3.1.e Alte	Total
2		1			3
3.2. Extinderea disciplinei în planul de învățământ – Total ore din planul de învățământ					
3.2.a.Curs	3.2.b. Seminar	3.2.c. Laborator	3.2.d. Proiect	3.2.e Alte	Total ⁷
28		14			42
Distribuția fondului de timp pentru studiu individual⁸					Nr. ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					16
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					10
Tutoriat ⁹					8
Examinări ¹⁰					4
3.3. Total ore alocate studiului individual¹¹ (NOSIsem)					58
3.4. Total ore din Planul de învățământ (NOADsem)					42
3.5. Total ore pe semestru¹² (NOADsem + NOSIsem)					100
3.6. Nr ore / ECTS					25
3.7. Număr de credite¹³					4

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. Discipline necesar a fi promovate anterior (de curriculum) ¹⁴	Nu este cazul.
4.2. Competențe	Abilități de a valorifica bibliografia (clasică sau electronică); Competențe de operare pe calculator (minimal: Word, PowerPoint, Internet Explorer).

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului ¹⁵	Videoproiector; Platformă online (Google Classroom)
5.2. De desfășurare a activităților practice (lab/sem/pr/aplic) ¹⁶	Videoproiector; Platformă online (Google Classroom)

6. Rezultate ale învățării ¹⁷

Numărul de credite alocat disciplinei: 4				
Rezultatele învățării				Repartizare credite pe rezultatele învățării
Nr. crt.	Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie	
RÎ 1	C.6.2. La finalul cursului studentul/absolventul va fi capabil să diferențieze între strategiile și design-urile de comunicare specifice diferitelor contexte de comunicare organizaționale sau situaționale (comunicarea în situații de risc, în situații de criză, pentru producția schimbării sociale, pentru elaborarea politicilor publice, a politicilor interne etc.)			1
RÎ 2		A.6.1. La finalul cursului studentul/absolventul va fi capabil să evalueze percepția publică, să participe în rețele profesionale și să inițieze conversații în raport cu o persoană publică, o organizație sau o marcă (brand).		1
RÎ 3			R.6.1. La finalul cursului studentul/absolventul va putea să aplice principii și metodologii specifice domeniului pentru a realiza cercetări ale opiniei publice în raport cu un subiect, o persoană	1

			publică, o organizație, o marcă (brand);	
RÎ 4			R.6.2. La finalul cursului studentul/absolventul va fi capabil să redacteze comunicate de presă și să producă alte materiale de relații publice, respectiv mesaje adaptate la specificul diferitelor canale media și platforme digitale pentru a fi utilizate în contextul comunicării unei persoane publice, organizații sau mărci (brand).	1

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

7.1. Obiectivul general	Utilizarea corectă a principalelor metode, tehnici, tactici și strategii de comunicare de criză.
7.2. Obiectivele specifice	Evaluarea critică a metodelor și modelelor folosite în gestionarea situațiilor de criză. Elaborarea unui plan de comunicare de criză. Corelarea cunoștințelor teoretice cu cele practice pentru a putea elabora strategii de comunicare pentru diverse situații de criză.

8. Conținuturi

8.1. Curs¹⁸		Metode de predare¹⁹	Nr. ore
Curs 1	Definiții, caracteristici, tipuri de crize.	Prelegere, utilizare videoproiector	2
Curs 2	Etapele evoluției unei crize.	Prelegere, utilizare videoproiector	2
Curs 3	Managementul situațiilor de risc.	Prelegere, utilizare videoproiector	2
Curs 4	Comunicarea de risc.	Prelegere, utilizare videoproiector	2
Curs 5	Managementul crizei.	Prelegere, utilizare videoproiector	2
Curs 6	Comunicarea de criză.	Prelegere, utilizare videoproiector	2
Curs 7	Comunicarea cu presa în timpul crizei.	Prelegere, utilizare videoproiector	2
Curs 8	Tehnici de comunicare cu presa în timpul crizei.	Prelegere, utilizare videoproiector	2
Curs 9	Rolul purtătorului de cuvânt în comunicarea cu presa.	Prelegere, utilizare videoproiector	2
Curs 10	Contracararea zvonurilor. New media și crizele.	Prelegere, utilizare videoproiector	2
Curs 11	Modurile de raportare a presei la situațiile de criză.	Prelegere, utilizare videoproiector	2
Curs 12	Strategii și modele în comunicarea de criză.	Prelegere, utilizare videoproiector	2
Curs 13	Imaginea și reputația. Definiții, concepte, abordări.	Prelegere, utilizare videoproiector	2
Curs 14	Evaluarea acțiunii de răspuns la o situație de criză.	Prelegere, utilizare videoproiector	2
Total ore curs:			28

8.2. Activități practice

Activități practice (8.2.a. Seminar ²⁰ / 8.2.b. Laborator ²¹ / 8.2.c. Proiect ²²)	Metode de predare	Nr. ore
--	--------------------------	----------------

Act. 1. Managementul situațiilor de risc. Prevenirea crizelor.	Discuții, dezbateri, exerciții	2
Act. 2. Tipuri de criză. Criterii de clasificare.	Discuții, dezbateri, exerciții	2
Act. 3. Planificarea în situații de criză.	Discuții, dezbateri, exerciții	2
Act. 4. Strategii de gestionare a crizei. Studii de caz.	Studii de caz	2
Act. 5. Comunicarea cu presa în situații de criză. Exemple.	Discuții, prezentare de lucrări	2
Act. 6. Managementul reputației și situațiile de criză.	Discuții, prezentare de lucrări	2
Act. 7. Erori în gestionarea crizei. Studii de caz.	Studii de caz	2
Total ore seminar/laborator		14

9. Bibliografie

9.1. Referințe bibliografice recomandate	Coman, Cristina, <i>Comunicarea de criză. Tehnici și strategii</i> , Ed. Polirom Iași, 2009.
	Regester, Michael, Larkin, Judy, <i>Managementul crizelor și al situațiilor de risc</i> , Comunicare.ro, București, 2003.
	Thierry Libaert, <i>Comunicarea de criză</i> , Ed. C.H. Beck, București, 2008.
	Chiciudean, I., David, G., <i>Managementul comunicării în situații de criză</i> , Ed. Comunicare.ro, București, 2011.
	Cutlip, M. Scott, Center, H. Allen, Broom, M. Glen, <i>Relații publice eficiente</i> , Comunicare.ro, București, 2010.
	Iacob, Dumitru, <i>Relațiile Publice. Eficiență în comunicare</i> , Ed. Comunicare.ro, București, 2003.
	Newsom, Doug, et. al, <i>Totul despre relațiile publice</i> , Ed. Polirom, Iași, 2004.
	Newsom, Doug, Carrell, Bob, <i>Redactarea Materialelor de relații publice</i> , Ed. Polirom Iași, 2004.
	Wilcox, D.L., Cameron, G.T., Ault, P.H., Agee, W.K., <i>Relații publice. Strategii și tactici</i> , Ed. Curtea Veche, București, 2009.
9.2. Referințe bibliografice suplimentare	Chiciudean, I., Țoneș, V., <i>Gestionarea crizelor de imagine</i> , Ed. Comunicare.ro, București, 2010.
	Cismaru, D.M., <i>Managementul reputației în mediul online</i> , Tritonic, București, 2015.
	Coman, Cristina, <i>Relații Publice, principii și strategii</i> , Ed. Polirom Iași, 2001.
	Coman, Cristina, <i>Relațiile publice și mass-media</i> , Polirom, Iași, 2004.
	Coombs, W. T., <i>Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding</i> , Sage, 2022
	Coombs, W. T., & Holladay, J. S., “The paracrisis: The challenges created by publicly managing crisis prevention.” <i>Public Relations Review</i> , 38(3), 2012, 408–415. https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2012.04.004
	Coombs, W. T., & Holladay, J. S., <i>The Handbook of Crisis Communication</i> , Wiley-Blackwell, 2010, https://marketingsolutions-vn.com/wp-content/uploads/2024/03/The_Handbook_of_Crisis_Communication.Coombs_y_Holladay.pdf
	Dagenais, Bernard, <i>Profesia de relaționist</i> , Ed. Polirom, Iași, 2002.

10. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului²³

- Proiectarea conținuturilor disciplinei a avut în vedere asigurarea unui nivel mediu de cunoștințe care să le permită absolvenților desfășurarea de activități specifice domeniului relațiilor publice.
- Conținuturile disciplinei sunt elaborate pe baza unor materiale cu caracter științific recunoscute în plan internațional și sunt în concordanță cu așteptările angajatorilor din domeniul aferent programului.

11. Evaluare

Tip activitate	11.1 Criterii de evaluare	11.2 Metode de evaluare		11.3 Pondere din nota finală	Obs. ²⁴
11.4a Examen / Colocviu	• Cunoștințe teoretice și practice însușite (cantitatea, corectitudinea, acuratețea)	Teste pe parcurs ²⁵ :	10%	80% (minim 5)	
		Teme de casă:	10%		
		Alte activități ²⁶ :	%		
		Evaluare finală:	60% (min. 5)		
11.4b Seminar	• Frecvența/relevanța intervențiilor sau răspunsurilor			% (minim 5)	
11.4c Laborator	• Cunoașterea aparaturii, a modului de utilizare a instrumentelor specifice; evaluarea unor instrumente sau realizări, prelucrarea și interpretarea unor rezultate			20% (minim 5)	
11.4d Proiect	• Calitatea proiectului realizat, corectitudinea documentației proiectului, justificarea soluțiilor alese			% (minim 5)	
11.5 Standard minim de performanță ²⁷ La examenul final să dovedească îndeplinirea criteriilor de evaluare la nivelul de 50% din punctajul maxim, răspunsurile să nu cuprindă erori grave.					

Fișa disciplinei cuprinde componente adaptate persoanelor cu CES (persoane cu dizabilități și persoane cu potențial înalt), în funcție de tipul și gradul acestora, la nivelul tuturor elementelor curriculare (competențe, obiective, conținuturi, metode de predare, evaluare alternativă), pentru a asigura șanse echitabile în pregătirea academică a tuturor studenților, acordând atenție sporită nevoilor individuale de învățare.

Data completării: 1_1_8_1 / 1_0_9_1 / 1_2_0_2_5_1

Data avizării în Departament: 1_2_3_1 / 1_0_9_1 / 1_2_0_2_5_1

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular disciplină	Conf. univ. dr. Raluca Mureșan	
Responsabil program de studii	Conf. univ. dr. Raluca Mureșan	
Director Departament	Conf. univ. dr. Adela Popa	

¹ Licență / Master

² 1-4 pentru licență, 1-2 pentru master

³ 1-8 pentru licență, 1-3 pentru master

⁴ Examen, colocviu sau VP A/R – din planul de învățământ

⁵ Regim disciplină: O=Disciplină obligatorie; A=Disciplină opțională; U=Facultativă

⁶ Categoria formativă: S=Specialitate; F=Fundamentală; C=Complementară; I=Asistată integral; P=Asistată parțial; N=Neasistată



⁷ Este egal cu 14 săptămâni x numărul de ore de la punctul 3.1 (similar pentru 3.2.a.b.c.)

⁸ Liniile de mai jos se referă la studiul individual; totalul se completează la punctul 3.37.

⁹ Între 7 și 14 ore

¹⁰ Între 2 și 6 ore

¹¹ Suma valorilor de pe liniile anterioare, care se referă la studiul individual.

¹² Suma (3.5.) dintre numărul de ore de activitate didactică directă (NOAD) și numărul de ore de studiu individual (NOSI) trebuie să fie egală cu numărul de credite alocate disciplinei (punctul 3.7) x nr. ore pe credit (3.6.). De asemenea, se recomandă ca numărul orelor de studiu individual să fie cel puțin egal cu cel al orelor de pregătire universitară formată din ore didactice

¹³ Numărul de credit se calculează după formula următoare și se rotunjește la valori vecine întregi (fie prin micșorare fie prin majorare)

$$\text{Nr. credite} = \frac{\text{NOCpSpD} \times C_C + \text{NOApSpD} \times C_A}{\text{TOCpSdP} \times C_C + \text{TOApSdP} \times C_A} \times 30 \text{ credite}$$

Unde:

- NOCpSpD = Număr ore curs/săptămână/disciplina pentru care se calculează creditele
- NOApSpD = Număr ore aplicații (sem./lab./pro.)/săptămână/disciplina pentru care se calculează creditele
- TOCpSdP = Număr total ore curs/săptămână din plan
- TOApSdP = Număr total ore aplicații (sem./lab./pro.)/săptămână din plan
- C_C/C_A = Coeficienți curs/aplicații calculate conform tabelului

Coeficienți	Curs	Aplicații (S/L/P)
Licență	2	1
Master	2,5	1,5
Licență lb. străină	2,5	1,25

¹⁴ Se menționează disciplinele obligatoriu a fi promovate anterior sau echivalente

¹⁵ Tablă, videoproiector, flipchart, materiale didactice specifice, platforme on-line etc.

¹⁶ Tehnică de calcul, pachete software, standuri experimentale, platforme on-line etc.

¹⁷ Rezultatele învățării se vor menționa în funcție de standardele specifice ale Comisiilor de specialitate ARACIS (<https://www.aracis.ro/ghiduri/>)

¹⁸ Titluri de capitole și paragrafe

¹⁹ Expunere, prelegere, prezentare la tablă a problematicei studiate, utilizare videoproiector, discuții cu studenții (pentru fiecare capitol, dacă este cazul)

²⁰ Discuții, dezbateri, prezentare și/sau analiză de lucrări, rezolvare de exerciții și probleme

²¹ Demonstrație practică, exercițiu, experiment

²² Studiu de caz, demonstrație, exercițiu, analiza erorilor etc.

²³ Legătura cu alte discipline, utilitatea disciplinei pe piața muncii

²⁴ CPE – condiționează participarea la examen; nCPE – nu condiționează participarea la examen; CEF - condiționează evaluarea finală; N/A – nu se aplică

²⁵ Se va preciza numărul de teste și săptămânile în care vor fi susținute.

²⁶ Cercuri științifice, concursuri profesionale etc.

²⁷ Se particularizează la specificul disciplinei standardul minim de performanță din grila de competențe a programului de studii, dacă este cazul.

FIȘA DISCIPLINEI

Anul universitar 2025 - 2026

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Lucian Blaga din Sibiu
1.2. Facultatea	Științe Socio-Umane
1.3. Departament	ASJRPS
1.4. Domeniul de studiu	Științe ale comunicării
1.5. Ciclul de studii ¹	Licență
1.6. Specializarea	Comunicare și Relații Publice

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Practica elaborării lucrărilor de licență. Elemente de etică și integritate academică	Cod	FSSU.ASJ.CRP.L.DO.6.P42.C-6.4
2.2. Titular activități de curs	Lector univ. dr. Anabella-Maria Beju-Aleman		
2.3. Titular activități practice	-		
2.4. An de studiu ²	3	2.5. Semestrul ³	2
2.6. Tipul de evaluare ⁴	C		
2.7. Regimul disciplinei ⁵	O	2.8. Categoria formativă a disciplinei ⁶	D

3. Timpul total estimat

3.1. Extinderea disciplinei în planul de învățământ – număr de ore pe săptămână					
3.1.a.Curs	3.1.b. Seminar	3.1.c. Laborator	3.1.d. Proiect	3.1.e Alte	Total
-	-	3			3
3.2. Extinderea disciplinei în planul de învățământ – Total ore din planul de învățământ					
3.2.a.Curs	3.2.b. Seminar	3.2.c. Laborator	3.2.d. Proiect	3.2.e Alte	Total ⁷
-	-	42			42
Distribuția fondului de timp pentru studiu individual⁸					Nr. ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					30
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					46

¹ Licență / Master

² 1-4 pentru licență, 1-2 pentru master

³ 1-8 pentru licență, 1-3 pentru master

⁴ Examen, colocviu sau VP A/R – din planul de învățământ

⁵ Regim disciplină: O=Disciplină obligatorie; A=Disciplină opțională; U=Facultativă

⁶ Categoria formativă: S=Specialitate; F=Fundamentală; C=Complementară; I=Asistată integral; P=Asistată parțial; N=Neasistată

⁷ Este egal cu 14 săptămâni x numărul de ore de la punctul 3.1 (similar pentru 3.2.a.b.c.)

⁸ Liniile de mai jos se referă la studiul individual; totalul se completează la punctul 3.37.



Tutoriat ⁹	10
Examinări ¹⁰	2
3.3. Total ore alocate studiului individual¹¹ (NOSIsem)	108
3.4. Total ore din Planul de învățământ (NOADsem)	42
3.5. Total ore pe semestru¹² (NOADsem + NOSIsem)	150
3.6. Nr ore / ECTS	25
3.7. Număr de credite¹³	6

⁹ Între 7 și 14 ore

¹⁰ Între 2 și 6 ore

¹¹ Suma valorilor de pe liniile anterioare, care se referă la studiul individual.

¹² Suma (3.5.) dintre numărul de ore de activitate didactică directă (NOAD) și numărul de ore de studiu individual (NOSI) trebuie să fie egală cu numărul de credite alocate disciplinei (punctul 3.7) x nr. ore pe credit (3.6.). De asemenea, se recomandă ca numărul orelor de studiu individual să fie cel puțin egal cu cel al orelor de pregătire universitară formată din ore didactice

¹³ Numărul de credit se calculează după formula următoare și se rotunjește la valori vecine întregi (fie prin micșorare fie prin majorare)

$$\text{Nr.credite} = \text{NOCpSpD} \times \text{CC} + \text{NOApSpD} \times \text{CATOCpSpD} \times \text{CC} + \text{TOApSpD} \times \text{CA} \times 30 \text{ credite}$$

Unde:

- NOCpSpD = Număr ore curs/săptămână/disciplina pentru care se calculează creditele
- NOApSpD = Număr ore aplicații (sem./lab./pro.)/săptămână/disciplina pentru care se calculează creditele
- TOCpSpD = Număr total ore curs/săptămână din plan
- TOApSpD = Număr total ore aplicații (sem./lab./pro.)/săptămână din plan
- C_C/C_A = Coeficienți curs/aplicații calculate conform tabelului

Coeficienți

Curs

Aplicații (S/L/P)

Licență

2

1

Master

2,5

1,5

Licență lb. străină

2,5

1,25

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. Discipline necesar a fi promovate anterior (de curriculum) ¹⁴	Nu este cazul.
4.2. Competențe	Abilități de a valorifica bibliografia (clasică sau electronică); Competențe de operare pe calculator (minimal: Word, PowerPoint, Internet Explorer).

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului ¹⁵	Videoproiector; Platformă online (Google Classroom)
5.2. De desfășurare a activităților practice (lab/sem/pr/aplic) ¹⁶	Videoproiector; Platformă online (Google Classroom)

6. Rezultate ale învățării ¹⁷

Numărul de credite alocat disciplinei: 6				
Rezultatele învățării				Repartizare credite pe rezultatele învățării
Nr. crt.	Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie	
Rî 1		A.1.1. La finalul laboratorului studentul/absolventul va fi capabil să redacteze un plan de cercetare pe un subiect din domeniul științe ale comunicării.		1
Rî 2		A.1.2. La finalul laboratorului studentul/absolventul va putea să aplice metode de colectare a datelor, respectând norme de etică a cercetării.		1
Rî 3		A.1.3. La finalul laboratorului studentul/absolventul va fi capabil să aplice metode de cercetare adecvate temei și subiectului de cercetare		1
Rî 4		A.1.4. La finalul laboratorului studentul/absolventul va putea să interpreteze rezultatele cercetării în scris și prin grafice, diagrame, tabele		1
Rî 5		A.1.5. La finalul laboratorului studentul/absolventul va putea discuta limitele cercetării, evaluând critic gradul de generalizare a concluziilor și		1

¹⁴ Se menționează disciplinele obligatoriu a fi promovate anterior sau echivalente

¹⁵ Tablă, videoproiector, flipchart, materiale didactice specifice, platforme on-line etc.

¹⁶ Tehnică de calcul, pachete software, standuri experimentale, platforme on-line etc.

¹⁷ Rezultatele învățării se vor menționa în funcție de standardele specifice ale Comisiilor de specialitate ARACIS (<https://www.aracis.ro/ghiduri/>)

		propune strategii pentru adâncirea/verificarea suplimentară a acestora.		
Rî 6			R.3.2. La finalul laboratorului studentul/absolventul va fi capabil să redacteze un text original de natură academică.	1

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

7.1. Obiectivul general	Înțelegerea conceperii și elaborării lucrării de licență ca pe un demers științific, care se va supune normelor și standardelor cercetării științifice și de integritate din spațiul academic.
7.2. Obiectivele specifice	Elaborarea lucrării de licență după standarde academice de calitate și integritate. Accentuarea importanței dimensiunii aplicative (practice) a lucrării de licență, prin realizarea acesteia fie conform metodelor de cercetare consacrate și uzitate în domeniul <i>științelor sociale</i> , fie prin realizarea unui „produs” de PR/Comunicare concret, complex și cu respectarea standardelor etice specifice profesiei de comunicator public..

8. Conținuturi

8.2.b. Laborator		Metode de predare	Nr. ore
Laborator 1	Științele sociale și științele comunicării: descrierea domeniilor, aspecte privind evoluția lor, subdomenii de cercetare, tendințe actuale de cercetare în sfera științelor comunicării;	Prezentare, discuții	3
Laborator 2	Specificul cercetării în Științele comunicării. Resurse bibliografice/baze de date științifice online;	Dezbateri, Prezentare, Brainstorming	3
Laborator 3	Aspecte etice și legislative privind cercetarea științifică și elaborarea lucrării de licență, cu respectarea standardelor de calitate și integritate;	Discuții, exemplificări	3
Laborator 4	Utilizarea IA în cercetările științifice din domeniul științelor comunicării	Dezbateri, prezentare PPT, problematizare	3
Laborator 5	Alegerea temei de cercetare pentru lucrarea de licență; Realizarea planului de studiu; configurarea structurii tezei; structură clasică vs structură neconvențională;	Prezentare și analiză de lucrări	3
Laborator 6	Inter și transdisciplinaritate în Științele comunicării; Documentare, deskresearch: piedici, riscuri, oportunități	Problematizare, prezentare, discuții	3
Laborator 7	Stilul științific – ipostaze și recomandări;	Explicarea, exemplificarea,	3
Laborator 8	Elemente ale originalității unei lucrări de licență;	Prezentare, discuții	3
Laborator 9	De la teorie la partea practică. Exigențe privind raportul parte teoretică/parte aplicată;	Prezentare, problematizare, exemplificări	3
Laborator 10	Tehnoredactarea - exigențe generale; reguli de punctuație și ortografie;	Prezentare, discuții, exemplificări	3
Laborator 11	Abordarea surselor: tehnici de citare; trimitere/referințe bibliografice;	Exemplificări	3
Laborator 12	Metode de cercetare în Științe sociale și Științe ale comunicării (I)	Prezentare și analiză de lucrări	3
Laborator 13	Metode de cercetare în Științe sociale și Științe ale comunicării (II)	Problematizare, analiză și discuții	3

Laborator 14	Susținerea/prezentarea unui proiect de cercetare - lucrarea de licență (simulare, exerciții de discurs public);	Prezentare, analiză, discuții, dezbateri	3
Total ore laborator			28

9. Bibliografie

9.1.Referințe bibliografice recomandate	Balaban, Delia, Abrudan Mirela, “Cercetarea în științele comunicării. Relevanță și instrumentariu teoretic”, disponibil la: http://ekphrasis.accentpublisher.ro/files/articles_content/343/1%20RTSC%2013.pdf
	Brătianu, C., & Vasilache, S. (2008). <i>Elaborarea, redactarea și susținerea lucrărilor de licență și de masterat</i> . București: Editura Universitară.
	Chelcea, S. (2003). <i>Cum să redactăm o lucrare de licență, o teză de doctorat, un articol științific în domeniul științelor socioumane</i> . București: Comunicare.ro.
	Chelcea, S. (2022). <i>Metodologia cercetării sociologice. Metode cantitative și calitative</i> , ed.a IV-a, București: Editura Pro Universitaria.
	Eco, U. (2000). <i>Cum se face o teză de licență. Disciplinele umaniste</i> . Constanța: Pontica.
	Marinescu, V. (2009). <i>Cercetarea în comunicare. Metode și tehnici</i> . București: Editura C.H. Beck
	Rad, I. (2008). <i>Cum se scrie un text științific: disciplinele umaniste</i> . Iași: Polirom.
	Rădulescu, M. (2006). <i>Metodologia cercetării științifice: elaborarea lucrărilor de licență, masterat, doctorat</i> . București: Editura Didactică și Pedagogică.
	Șerbănescu, A. (2007). <i>Cum se scrie un text</i> (ed. IV). Iași: Polirom.
	Silverman, D. (2004), <i>Interpretarea datelor calitative. Metode de analiză a comunicării, textului și interacțiunii</i> , Iași: Polirom.
9.2.Referințe bibliografice suplimentare	Chelcea, Septimiu (2016), <i>Psihosociologie aplicată. Publicitatea</i> , Iași: Polirom.
	Daymon, C., Holloway, I. (2011). <i>Qualitative research methods in public relations and marketing communications</i> (2nd ed.), Routledge: London and New York.
	http://www.anelis.ro/index.php?option=com_content&view=article&id=57&Itemid=54
	http://www.elon.edu/e-web/academics/communications/commsciencehome.xhtml http://www.fsw.vu.nl/en/departments/communication-science/index.asp https://clarivate.com/webofsciencegroup/solutions/web-of-science/ https://uefiscdi.gov.ro/

10. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului¹⁸

- Proiectarea conținuturilor disciplinei a avut în vedere asigurarea unui nivel mediu de cunoștințe care să le permită absolvenților desfășurarea de activități specifice domeniului comunicării.
- Conținuturile disciplinei sunt elaborate pe baza unor materiale cu caracter științific recunoscute în plan internațional și sunt în concordanță cu așteptările angajatorilor din domeniul aferent programului.

11. Evaluare

Tip activitate	11.1 Criterii de evaluare	11.2 Metode de evaluare		11.3 Pondere din nota finală	Obs. ¹⁹
11.4a Examen / Colocviu	Cunoștințe teoretice și practice însușite (cantitatea, corectitudinea, acuratețea)	Teste pe parcurs ²⁰ :	10%	50% (minim 5)	
		Teme de casă:	20%		
		Alte activități ²¹ :	%		
		Evaluare finală:	30% (min. 5)		
11.4b Seminar	Frecvența/relevanța intervențiilor sau răspunsurilor			% (minim 5)	
11.4c Laborator	Cunoașterea aparaturii, a modului de utilizare a instrumentelor specifice; evaluarea unor instrumente sau realizări, prelucrarea și interpretarea unor rezultate			50% (minim 5)	
11.4d Proiect	Calitatea proiectului realizat, corectitudinea documentației proiectului, justificarea soluțiilor alese			% (minim 5)	
11.5 Standard minim de performanță²² La examenul final să dovedească îndeplinirea criteriilor de evaluare la nivelul de 50% din punctajul maxim, răspunsurile să nu cuprindă erori grave.					

Fișa disciplinei cuprinde componente adaptate persoanelor cu CES (persoane cu dizabilități și persoane cu potențial înalt), în funcție de tipul și gradul acestora, la nivelul tuturor elementelor curriculare (competențe, obiective, conținuturi, metode de predare, evaluare alternativă), pentru a asigura șanse echitabile în pregătirea academică a tuturor studenților, acordând atenție sporită nevoilor individuale de învățare.

Data completării:

1	8	/	0	9	/	2	0	2	5
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Data avizării în Departament:

2	3
---	---

 /

0	9
---	---

 /

2	0	2	5
---	---	---	---

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular disciplină	Lector univ. dr. Anabella-Maria Beju-Aleman	

¹⁸ *Legătura cu alte discipline, utilitatea disciplinei pe piața muncii*

¹⁹ CPE – condiționează participarea la examen; nCPE – nu condiționează participarea la examen; CEF - condiționează evaluarea finală; N/A – nu se aplică

²⁰ Se va preciza numărul de teste și săptămânile în care vor fi sustinute.

²¹ Cercuri științifice, concursuri profesionale etc.

²² Se particularizează la specificul disciplinei standardul minim de performanță din grila de competențe a programului de studii, dacă este cazul.



Responsabil program de studii	Conf. univ. dr. Raluca Mureșan	
Director Departament	Conf. univ. dr. Adela Popa	

FIȘA DISCIPLINEI

Anul universitar 2025 - 2026

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Lucian Blaga din Sibiu
1.2. Facultatea	Facultatea de Științe Socio-Umane
1.3. Departament	ASJRPS
1.4. Domeniul de studiu	Științele comunicării
1.5. Ciclul de studii ¹	Licență
1.6. Specializarea	Comunicare și Relații Publice

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei		Relații Publice pentru organizații culturale și ONG-uri		Cod	FSSU.ASJ.CRP.L.SA.6.2010.E-4.5	
2.2. Titular activități de curs		dr. Raluca Soare				
2.3. Titular activități practice		Lect. Univ. Dr. Anca David				
2.4. An de studiu ²	3	2.5. Semestrul ³		6	2.6. Tipul de evaluare ⁴	E
2.7. Regimul disciplinei ⁵		A	2.8. Categoria formativă a disciplinei ⁶			S

3. Timpul total estimat

3.1. Extinderea disciplinei în planul de învățământ – număr de ore pe săptămână					
3.1.a.Curs	3.1.b. Seminar	3.1.c. Laborator	3.1.d. Proiect	3.1.e Alte	Total
2		1			3
3.2. Extinderea disciplinei în planul de învățământ – Total ore din planul de învățământ					
3.2.a.Curs	3.2.b. Seminar	3.2.c. Laborator	3.2.d. Proiect	3.2.e Alte	Total ⁷
28		14			42
Distribuția fondului de timp pentru studiu individual⁸					Nr. ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					15
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					14
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					16

¹ Licență / Master

² 1-4 pentru licență, 1-2 pentru master

³ 1-8 pentru licență, 1-3 pentru master

⁴ Examen, colocviu sau VP A/R – din planul de învățământ

⁵ Regim disciplină: O=Disciplină obligatorie; A=Disciplină opțională; U=Facultativă

⁶ Categoria formativă: S=Specialitate; F=Fundamentală; C=Complementară; I=Asistată integral; P=Asistată parțial; N=Neasistată

⁷ Este egal cu 14 săptămâni x numărul de ore de la punctul 3.1 (similar pentru 3.2.a.b.c.)

⁸ Liniile de mai jos se referă la studiul individual; totalul se completează la punctul 3.37.

Tutoriat ⁹	7
Examinări ¹⁰	6
3.3. Total ore alocate studiului individual¹¹ (NOSIsem)	58
3.4. Total ore din Planul de învățământ (NOADsem)	42
3.5. Total ore pe semestru¹² (NOADsem + NOSIsem)	100
3.6. Nr ore / ECTS	25
3.7. Număr de credite¹³	4

⁹ Între 7 și 14 ore

¹⁰ Între 2 și 6 ore

¹¹ Suma valorilor de pe liniile anterioare, care se referă la studiul individual.

¹² Suma (3.5.) dintre numărul de ore de activitate didactică directă (NOAD) și numărul de ore de studiu individual (NOSI) trebuie să fie egală cu numărul de credite alocate disciplinei (punctul 3.7) x nr. ore pe credit (3.6.). De asemenea, se recomandă ca numărul orelor de studiu individual să fie cel puțin egal cu cel al orelor de pregătire universitară formată din ore didactice

¹³ Numărul de credit se calculează după formula următoare și se rotunjește la valori vecine întregi (fie prin micșorare fie prin majorare)

$$\text{Nr.credite} = \text{NOCpSpD} \times \text{CC} + \text{NOApSpD} \times \text{CATOCpSpD} \times \text{CC} + \text{TOApSpD} \times \text{CA} \times 30 \text{ credite}$$

Unde:

- NOCpSpD = Număr ore curs/săptămână/disciplina pentru care se calculează creditele
- NOApSpD = Număr ore aplicații (sem./lab./pro.)/săptămână/disciplina pentru care se calculează creditele
- TOCpSpD = Număr total ore curs/săptămână din plan
- TOApSpD = Număr total ore aplicații (sem./lab./pro.)/săptămână din plan
- C_C/C_A = Coeficienți curs/aplicații calculate conform tabelului

Coeficienți

Curs

Aplicații (S/L/P)

Licență

2

1

Master

2,5

1,5

Licență lb. străină

2,5

1,25

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. Discipline necesar a fi promovate anterior (de curriculum) ¹⁴	Redactarea materialelor de Relații Publice
4.2. Competențe	-cunoașterea specificului organizațiilor sociale în general și al organizațiilor culturale în special; - cunoașterea misiunii sociale a organizațiilor culturale; - înțelegerea rolului Relațiilor Publice în cadrul organizațiilor culturale. - capacitate de explicare a rolului organizațiilor culturale în dinamica socială și a importanței relațiilor publice în promovarea educării, integrării sociale, schimbării comportamentului, etc.; - capacitatea de interpretare a eficienței unui proiect de relații publice pentru organizații culturale (eficiența comunicării activităților culturale, elaborării ofertei culturale, etc.).

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului ¹⁵	
5.2. De desfășurare a activităților practice (lab/sem/pr/aplic) ¹⁶	

6. Rezultate ale învățării ¹⁷

Numărul de credite alocate disciplinei: .4				
Rezultatele învățării				Repartizare credite pe rezultatele învățării
Nr. crt.	Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie	
RÎ 1	C.6.1. La finalul cursului studentul/absolventul va fi capabil să identifice principiile relațiilor publice și managementului reputației și factorii de influență asupra percepțiilor părților interesate sau asupra categoriilor de public în raport cu o organizație, cu marca (brandul) acesteia sau în raport cu o persoană.			1
RÎ 2	C.6.2. La finalul cursului studentul/absolventul va putea să diferențieze între strategiile și design-urile de comunicare specifice			1

¹⁴ Se menționează disciplinele obligatoriu a fi promovate anterior sau echivalente

¹⁵ Tablă, videoproiector, flipchart, materiale didactice specifice, platforme on-line etc.

¹⁶ Tehnică de calcul, pachete software, standuri experimentale, platforme on-line etc.

¹⁷ Rezultatele învățării se vor menționa în funcție de standardele specifice ale Comisiilor de specialitate ARACIS (<https://www.aracis.ro/ghiduri/>)



	diferitelor contexte de comunicare organizaționale sau situaționale (comunicarea în situații de risc, în situații de criză, pentru producția schimbării sociale, pentru elaborarea politicilor publice, a politicilor interne etc.).			
RÎ 3		A.6.1. La finalul cursului studentul/absolventul va putea să evalueze percepția publică, să participe în rețele profesionale și să inițieze conversații în raport cu o persoană publică, o organizație sau o marcă (brand).		1
RÎ 4			R.6.1. La finalul cursului studentul/absolventul va fi capabil să aplice principii și metodologii specifice domeniului pentru a realiza cercetări ale opiniei publice în raport cu un subiect, o persoană publică, o organizație, o marcă (brand).	1

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

7.1. Obiectivul general	- însușirea metodelor de promovare a identității organizațiilor culturale; - însușirea tehnicilor de comunicare a ofertei culturale - planificarea, monitorizarea și evaluarea comunicării; - dezvoltarea capacității de analiză a raportului organizațiilor culturale specifice cu factorii de mediu.
7.2. Obiectivele specifice	- analiza contextului socio-cultural; - elaborarea ofertelor culturale; - conceperea strategică a mesajelor; - utilizarea canalelor/suporturilor de comunicare a activității culturale.

8. Conținuturi

8.1. Curs¹⁸		Metode de predare¹⁹	Nr. ore
Curs 1	Specificul organizațiilor sociale. Concepte fundamentale ce definesc activitatea organizațiilor sociale	Expunere, prezentare la tablă a problematicii studiate, discuții cu studenții	2

¹⁸ Titluri de capitole și paragrafe

¹⁹ Expunere, prelegere, prezentare la tablă a problematicii studiate, utilizare videoproiector, discuții cu studenții (pentru fiecare capitol, dacă este cazul)



Curs 2	Obiectivele Relațiilor Publice pentru organizații sociale (informare, educare, integrare socială, schimbarea comportamentului, influență socială)	Expunere, prezentare la tablă a problematicii studiate, discuții cu studenții	2
Curs 3	Raportul organizațiilor sociale cu mediul – factori de mediu și actori sociali	Expunere, prezentare la tablă a problematicii studiate, discuții cu studenții	2
Curs 4	Produsele organizațiilor sociale	Expunere, prezentare la tablă a problematicii studiate, discuții cu studenții	2
Curs 5	Importanța socială a organizațiilor culturale. Misiunea, principiile și valorile organizațiilor culturale. Adaptarea organizațiilor culturale la dinamică socială	Expunere, prezentare la tablă a problematicii studiate, discuții cu studenții	2
Curs 6	Organizațiile culturale românești în context național și internațional	Expunere, prezentare la tablă a problematicii studiate, discuții cu studenții	2
Curs 7	Elemente de identitate ale organizațiilor culturale. Comunicarea identității prin proiecte specifice	Expunere, prezentare la tablă a problematicii studiate, discuții cu studenții	2
Curs 8	Receptarea organizației la nivelul comunității – indicatori de imagine (notorietate, încrederea în organizație, atitudini active, pasive, neutre ale publicului) Expunere, prezentare la tablă a problematicii studiate, discuții cu studenții	Expunere, prezentare la tablă a problematicii studiate, discuții cu studenții	2
Curs 9	Analiza socioculturală a publicului. Analiza contextului sociocultural	Expunere, prezentare la tablă a problematicii studiate, discuții cu studenții	2
Curs 10	Cultura colectivă. Fenomenele de masă. Evoluția aspirațiilor publicului	Expunere, prezentare la tablă a problematicii studiate, discuții cu studenții	2
Curs 11	Elaborarea proiectului de P.R. cultural. Planul strategic și strategii operaționale. Definirea obiectivelor de comunicare. Elaborarea ofertelor culturale pentru grupuri țintă. Elaborarea ofertei culturale	Expunere, prezentare la tablă a problematicii studiate, discuții cu studenții	2
Curs 12	Utilizarea canalelor de comunicare a activității culturale. Exigențele jurnalismului cultural. Mass-media ca public al organizațiilor culturale	Expunere, prezentare la tablă a problematicii studiate, discuții cu studenții	2
Curs 13	Tehnici eficiente în comunicarea activității culturale - recepția de presă, vizitele jurnaliștilor la sediul organizației, scrisoarea propunere, interviu	Expunere, prezentare la tablă a problematicii studiate, discuții cu studenții	2
Curs 14	Exigențe discursive ale comunicării publice în organizațiile culturale. Conceperea strategică a mesajelor. Comunicarea publică prin conferințe de presă. Colocviul tematic. Publicația culturală. Pliantul de prezentare. Pagina de Internet	Expunere, prezentare la tablă a problematicii studiate, discuții cu studenții	2
Total ore curs:			28



8.2. Activități practice

Activități practice (8.2.a. Seminar ²⁰ / 8.2.b. Laborator ²¹ / 8.2.c. Proiect ²²)	Metode de predare	Nr. ore
Act. 1. Manifestări ale demersului informativ, educativ persuasiv și al influenței sociale în cadrul organizațiilor sociale	Demonstrația Experiență prin explorare Exerciții Activitate în grup (studiu de caz, joc de rol) Lucrări practice	2
Act. 2. Analiza organizațiilor culturale în raporturile lor cu mediul extern din perspectiva obiectivelor, oportunităților și obstacolelor	Demonstrația Experiență prin explorare Exerciții Activitate în grup (studiu de caz, joc de rol) Lucrări practice	2
Act.3. Elemente și structuri de identitate ale organizațiilor culturale	Demonstrația Experiență prin explorare Exerciții Activitate în grup (studiu de caz, joc de rol) Lucrări practice	2
Act.4. Publicul organizațiilor culturale – aspirații, stiluri, atitudini. Cultura de masă și transformările organizațiilor culturale	Demonstrația Experiență prin explorare Exerciții Activitate în grup (studiu de caz, joc de rol) Lucrări practice	2
Act.5. Realizarea strategiei de comunicare pentru organizații culturale	Demonstrația Experiență prin explorare Exerciții Activitate în grup (studiu de caz, joc de rol) Lucrări practice	2
Act.6. Utilizarea media controlate și necontrolate în comunicarea organizațiilor culturale	Demonstrația Experiență prin explorare Exerciții Activitate în grup (studiu de caz, joc de rol) Lucrări practice	2
Act.7. Conținutul și design-ul mesajelor pentru diverse suporturi	Demonstrația Experiență prin explorare Exerciții Activitate în grup (studiu de caz, joc de rol) Lucrări practice	2
Total ore seminar/laborator		14

9. Bibliografie

9.1. Referințe bibliografice recomandate	1.Green, Andy, Comunicarea eficientă în Relațiile Publice. Crearea mesajelor și relațiilor sociale, Iași, Ed. Polirom, 2009. 2.Newsom, Doug, Scott, Alan, Turk, Vanslyke, Judy, Totul despre relațiile publice, Iași, Ed. Polirom, 2003. 3.Oliver, Sandra, Strategii de Relații Publice, Iași, Ed. Polirom, 2009. 4.Pailliar, Isabelle, Spațiul public și comunicarea, Iași, Ed. Polirom, 2002.
---	--

²⁰ Discuții, dezbateri, prezentare și/sau analiză de lucrări, rezolvare de exerciții și probleme

²¹ Demonstrație practică, exercițiu, experiment

²² Studiu de caz, demonstrație, exercițiu, analiza erorilor etc.

9.2. Referințe bibliografice suplimentare	1.Cultip, Scott, Center, Allen, Broom, Glenn, Effective Public Relations, New Jersey, Prentice Hall, 1994. 2.Brooks, Karen, Hopkins, Carolyn, Successful fundraising for arts and cultural organizations, Westport, Greenwood Publishing Group, 1977. 3.David, George, Tehnici de Relații Publice, Iași, Ed. Polirom, 2008. 4.Davis, Keithi, Blomstrom, Robert L., Business and Society: Environment and Responsibility, New York, McGraw-Hill, 1975. 5.Kendall, Robert, Public Relations Campaign Strategies: Planning for Implementation, New York, Harper Collins Publishers, 1992. 6.Stancu, Valentin, Stoica, Marcela M., Stoica, Adrian, Relații publice. Succes și credibilitate, București, Ed. Concept Publishing, 1997. 7.Vernis, Alfred, Nonprofit organizations, New York, Palgrave Macmillan, 2006. 8.Wilcox, Dennis, Cameron, Glen T, Public Relations. Strategies and Tactics, New York, Pearson Education, Inc. 2006.
--	--

10. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului²³

• Dezvoltarea relațiilor publice pentru organizațiile sociale reprezintă un domeniu important de analiză și cercetare. Fie că vorbim despre organizații care desfășoară programe culturale, de sănătate sau de mediu, scopul lor comun este de a contribui la îmbunătățirea vieții oamenilor prin promovarea unor comportamente responsabile în societate. • Relațiile publice pentru organizațiile sociale capătă specificul dat de caracterul nonlucrativ al acestora. Conceptele fundamentale ce definesc activitatea organizațiilor sociale sunt servirea clientului și ideea de schimb pentru beneficiul reciproc. Din această perspectivă, rolul relațiilor publice este acela de a proiecta, implementa și coordona programe de comunicare ce urmăresc determinarea acceptării de către public a unor idei sau acțiuni sociale. • În societatea contemporană, domeniul cultural are datoria să devină un limbaj comun, inteligibil și accesibil pentru toți indivizii. În acest sens, organizațiile culturale au misiunea creării unei conștiințe culturale, ca mod de gândire și de exprimare în raport cu valoarea. Principala nevoie fundamentală la care răspunde cultura este identitatea individuală și de grup, susținută de educația, devenirea și formarea la nivel personal și comunitar.
--

11. Evaluare

Tip activitate	11.1 Criterii de evaluare	11.2 Metode de evaluare		11.3 Pondere din nota finală	Obs. ²⁴
11.4a Examen / Colocvii	• Cunoștințe teoretice și practice însușite (cantitatea, corectitudinea, acuratețea)	Teste pe parcurs ²⁵ :	10%	70% (minim 5)	
		Teme de casă:	30%		
		Alte activități ²⁶ :	0%		
		Evaluare finală:	30% (min. 5)		
11.4b Seminar	• Frecvența/relevanța intervențiilor sau răspunsurilor			(minim 5)	
11.4c Laborator	• Cunoașterea aparaturii, a modului	Evidența intervențiilor, portofoliu de lucrări (referate, sinteze științifice)		30% (minim 5)	

²³ Legătura cu alte discipline, utilitatea disciplinei pe piața muncii

²⁴ CPE – condiționează participarea la examen; nCPE – nu condiționează participarea la examen; CEF - condiționează evaluarea finală; N/A – nu se aplică

²⁵ Se va preciza numărul de teste și săptămânile în care vor fi susținute.

²⁶ Cercuri științifice, concursuri profesionale etc.



	de utilizare a instrumentelor specifice; evaluarea unor instrumente sau realizări, prelucrarea și interpretarea unor rezultate			
11.4d Proiect	Calitatea proiectului realizat, corectitudinea documentației proiectului, justificarea soluțiilor alese	- Autoevaluarea, prezentarea și/sau susținerea proiectului - Evaluarea critică a unui proiect	% (minim 5)	
11.5 Standard minim de performanță ²⁷				

Fișa disciplinei cuprinde componente adaptate persoanelor cu CES (persoane cu dizabilități și persoane cu potențial înalt), în funcție de tipul și gradul acestora, la nivelul tuturor elementelor curriculare (competențe, obiective, conținuturi, metode de predare, evaluare alternativă), pentru a asigura șanse echitabile în pregătirea academică a tuturor studenților, acordând atenție sporită nevoilor individuale de învățare.

Data completării:

1_2_1_1_1 / 1_0_1_9_1 / 1_2_0_1_2_5_1

Data avizării în Departament:

1_2_1_3_1 / 1_0_1_9_1 / 1_2_1_0_2_1_5_1

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular disciplină	Dr. Raluca Soare	
Responsabil program de studii	Conf. Dr. Raluca Mureșan	
Director Departament	Conf. Dr. Adela Popa	

²⁷ Se particularizează la specificul disciplinei standardul minim de performanță din grila de competențe a programului de studii, dacă este cazul.

FIȘA DISCIPLINEI

Anul universitar 2025- 2026

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Lucian Blaga din Sibiu
1.2. Facultatea	de Științe Socio-Umane
1.3. Departament	de Asistență Socială, Jurnalism, Relații Publice și Sociologie
1.4. Domeniul de studiu	Științe ale Comunicării
1.5. Ciclul de studii ¹	Licență
1.6. Specializarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei		Relații Publice pentru organizații politice		Cod	FSSU.ASJ.CRP.L.SA.6.2010.E-4.6	
2.2. Titular activități de curs		Conf. univ. dr. Lucian Grozea				
2.3. Titular activități practice		Conf. univ. dr. Lucian Grozea				
2.4. An de studiu ²	3	2.5. Semestrul ³		6	2.6. Tipul de evaluare ⁴	E
2.7. Regimul disciplinei ⁵		A	2.8. Categoria formativă a disciplinei ⁶			S

3. Timpul total estimat

3.1. Extinderea disciplinei în planul de învățământ – <i>număr de ore pe săptămână</i>					
3.1.a.Curs	3.1.b. Seminar	3.1.c. Laborator	3.1.d. Proiect	3.1.e Alte	Total
2	1				3
3.2. Extinderea disciplinei în planul de învățământ – <i>total ore din planul de învățământ</i>					
3.2.a.Curs	3.2.b. Seminar	3.2.c. Laborator	3.2.d. Proiect	3.2.e Alte	Total ⁷
28	14				42
Distribuția fondului de timp pentru studiu individual⁸					Nr. ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					24
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					14
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					14

¹ Licență / Master

² 1-4 pentru licență, 1-2 pentru master

³ 1-8 pentru licență, 1-3 pentru master

⁴ Examen, colocviu sau VP A/R – din planul de învățământ

⁵ Regim disciplină: O=Disciplină obligatorie; A=Disciplină opțională; U=Facultativă

⁶ Categoria formativă: Categoria formativă: Aprofundare=R; Complementară=C; Domeniu= D, Fundamentală=F; Sinteză=Z; Specialitate=S; Universitate=T

⁷ Este egal cu 14 săptămâni x numărul de ore de la punctul 3.1 (similar pentru 3.2.a.b.c.d.e.)

⁸ Liniile de mai jos se referă la studiul individual; totalul se completează la punctul 3.37.



Tutoriat ⁹	2
Examinări ¹⁰	4
3.3. Total ore alocate studiului individual¹¹ ($NOSI_{sem}$)	58
3.4. Total ore din Planul de învățământ ($NOAD_{sem}$)	42
3.5. Total ore pe semestru¹² ($NOAD_{sem} + NOSI_{sem}$)	100
3.6. Nr ore / ECTS	25
3.7. Număr de credite¹³	4

⁹ Între 7 și 14 ore

¹⁰ Între 2 și 6 ore

¹¹ Suma valorilor de pe liniile anterioare, care se referă la studiul individual.

¹² Suma (3.5.) dintre numărul de ore de activitate didactică directă ($NOAD$) și numărul de ore de studiu individual ($NOSI$) trebuie să fie egală cu numărul de credite alocate disciplinei (punctul 3.7) x nr. ore pe credit (3.6.)

¹³ Numărul de credit se calculează după formula următoare și se rotunjește la valori vecine întregi (fie prin micșorare fie prin majorare)

$$\text{Nr.credite} = \text{NOCpSpD} \times \text{CC} + \text{NOApSpD} \times \text{CATOCpSpD} \times \text{CC} + \text{TOApSpD} \times \text{CA} \times 30 \text{ credite}$$

Unde:

- NOCpSpD = Număr ore curs/săptămână/disciplina pentru care se calculează creditele
- NOApSpD = Număr ore aplicații (sem./lab./pro.)/săptămână/disciplina pentru care se calculează creditele
- TOCpSpD = Număr total ore curs/săptămână din plan
- TOApSpD = Număr total ore aplicații (sem./lab./pro.)/săptămână din plan
- C_C/C_A = Coeficienți curs/aplicații calculate conform tabelului

Coeficienți

Curs

Aplicații (S/L/P)

Licență

2

1

Master

2,5

1,5

Licență lb. străină

2,5

1,25

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. Discipline necesare a fi promovate anterior (de curriculum) ¹⁴	
4.2. Competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului ¹⁵	Videoproiector
5.2. De desfășurare a activităților practice (lab/sem/pr/alte) ¹⁶	Filme documentare

6. Rezultate ale învățării¹⁷

Numărul de credite alocat disciplinei: 4				
Rezultatele învățării				Repartizare credite pe rezultatele învățării
Nr. crt.	Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie	
RÎ 1	Studentul: C.4.1. clasifică diferitele surse de informare în diferite categorii (cum ar fi date primare și secundare) și pe baza conținutului acestora, a caracteristicilor materiale, a autorilor etc.			1,00
RÎ 2		Studentul: A.4.3. analizează cuvinte, expresii, semne și simboluri, precum și relația dintre acestea în raport cu conceptele fundamentale ale semioticii și teoriei narative în contextul analizei profesionale a mesajelor media textuale, vizuale, audiovizuale și multimodale;		1,00
RÎ 3			Studentul: R.4.1. elaborează o analiză media sau o monitorizare media în raport cu un subiect, o temă, o persoană publică, o organizație sau o marcă;	1,00
RÎ 4			Studentul R.4.3. analizează critic evenimentele curente în politică, economie,	1,00

¹⁴ Se menționează disciplinele obligatoriu a fi promovate anterior sau echivalente

¹⁵ Tablă, videoproiector, flipchart, materiale didactice specifice, platforme on-line etc.

¹⁶ Tehnică de calcul, pachete software, standuri experimentale, platforme on-line etc.

¹⁷ Rezultatele învățării se vor menționa în funcție de standardele specifice ale Comisiilor de specialitate ARACIS (<https://www.aracis.ro/ghiduri/>)

			comunitățile sociale, sectoarele culturale, pe plan internațional și în sport, precum și tendințele culturale populare, cum ar fi cultura pop și argoul cultural și social și mesajele publice ale persoanele de pe rețelele de socializare /platformele digitale cele mai utilizate în contextul său socio-cultural și profesional.	
--	--	--	--	--

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

7.1. Obiectivul general	cunoașterea și înțelegerea organizațiilor și instituțiilor politice; comportamentelor cetățenilor /clienților diverselor sisteme sociopolitice; facticității sociale și societale ca mecanism global de transfer de bunuri simbolice și valori concrete; capacitatea de a proiecta și conduce o campanie electorală.	
7.2. Obiectivele specifice	dezvoltarea cunoștințelor despre metodologia cercetării științifice în domeniul comunicării politice și relațiilor publice sectoriale; înțelegerea, analizarea comparativă și explicarea conceptelor <i>partid politic, comunicare politică, relații publice pentru organizații politice</i> ; elaborarea unor strategii de campanie și publicitate electorală	

8. Conținuturi

8.1. Curs ¹⁸		Metode de predare ¹⁹	Nr. ore
Curs 1	Organizația politică. De la ideologia politică la cultura politică (contexte politice, sociale și globale)	expunere, utilizare videoproiector	2
Curs 2	Specificul comunicării politice. Strategii de comunicare politică	expunere, utilizare videoproiector	2
Curs 3	Structura campaniei de marketing politic: strategie, analiză, public țintă, construcție și gestiune imagine	expunere, utilizare videoproiector	2
Curs 4	Tipologii ale candidatului – crearea candidatului marcă	expunere, utilizare videoproiector	2
Curs 5	Tactici ale campaniei: cronologie, lansare, ritm, slogan, discurs, mesaj	expunere, utilizare videoproiector	2
Curs 6	Media planning	expunere, utilizare videoproiector	2
Curs 7	<i>Agenda setting</i> . Analiza și monitorizarea sondajelor și a mass-media	expunere, utilizare videoproiector	2
Curs 8	Planificare campanie, finanțare, echipa, cronologie	expunere, utilizare videoproiector	2
Curs 9	Agenda de campanie: public, media, organizație sau candidat	expunere, utilizare videoproiector	2
Curs 10	Tehnici de campanie: discurs, slogan, afiș, clipuri electorale	expunere, utilizare videoproiector	2
Curs 11	Gestionarea și monitorizarea campaniei; relația cu presa în timpul campaniei; biroul de presă	expunere, utilizare videoproiector	2

¹⁸ Titluri de capitole și paragrafe

¹⁹ Expunere, prelegere, prezentare la tablă a problematicei studiate, utilizare videoproiector, discuții cu studenții (pentru fiecare capitol, dacă este cazul)

Curs 12	Campanii politice negative	expunere, utilizare videoproiector	2
Curs 13	Managementul crizelor în organizațiile politice. Strategii de criză pe timpul campaniei	expunere, utilizare videoproiector	2
Curs 14	Evaluarea campaniei. <i>Exit pool</i> -ul	expunere, utilizare videoproiector	2
Total ore curs:			28

8.2. Activități practice

8.2.a. Seminar		Metode de predare²⁰	Nr. ore
Act. 1	Partidul politic	dezbateri, prezentare și analiză de lucrări	2
Act. 2	Platforma program	dezbateri, prezentare și analiză de lucrări	2
Act. 3	Simbolistica politică (sigle și culori)	dezbateri, prezentare și analiză de lucrări	2
Act. 4	Parlamentarul european	dezbateri, prezentare și analiză de lucrări	2
Act. 5	Analiza SWOT– studiu de caz	dezbateri, prezentare și analiză de lucrări	2
Act. 6	Analiza PEST– studiu de caz	dezbateri, prezentare și exercițiu	2
Act. 7	<i>Agenda setting /building</i> – studiu de caz	dezbateri, prezentare și analiză de lucrări	2
Total ore seminar			14

9.

9.1. Referințe bibliografice recomandate	Beciu, Camelia <i>Comunicare politică</i>, București, 2002. Beciu, Camelia, <i>Sociologia comunicării și a spațiului public</i>, Polirom, 2011 <i>Constituția României</i>, republicată M.O., nr. 767 din 31 oct. 2003. Domenach Jean-Marie, <i>Propaganda politică</i>, Institutul European, 2004. Edelman, Murray, <i>Politica și utilizarea simbolurilor</i>, Polirom, 1999. Frigioiu, Nicolae <i>Imaginea publică a liderilor și instituțiilor politice</i>, București, 2001. Goodin, Richard, <i>et alii</i>, <i>Manual de știință politică</i>, Polirom, 2005. Habermas, Jürgen, <i>Sfera publică și transformarea ei structurală</i>, Ed. Comunicare.ro, 2005. Lardellier, Pascal, <i>O teorie a legăturii rituale</i>. Editura Tritonic, București, 2003. McNair, Brian, <i>Introducere în comunicarea politică</i>, Polirom, 2007. Momoc Antonio, <i>Comunicare politică și internet. Populism și criza democrației liberale</i>, Editura Tritonic, 2023. Sartori, Giovanni <i>Teoria democrației reinterpretate</i>, Polirom, 1999. Stânciugelu, Irina, <i>Măștile comunicării – de la etică la manipulare și înapoi</i>, București, 2008.
--	---

²⁰ *Discuții, dezbateri, prezentare și/sau analiză de lucrări, rezolvare de exerciții și probleme*

9.2. Referințe bibliografice suplimentare	<i>Dicționar enciclopedic de comunicare și termeni asociați</i>, coord. Marian Petcu, Ed. All, București, 2014. Grozea, Lucian, <i>Între Agora și Babel, Culegere de aporii culturale</i>, Editura ASLRQ, Quebec, 2014. Lenski, Gerhardt, <i>Putere și privilegii. O teorie a stratificării sociale</i>, Timișoara, 2002. Pippidi-Mungiu, Alina, ed., <i>Doctrină politică</i>, Polirom, 2000. Pisier, Eveline, <i>Istoria ideilor politice</i>, Timișoara, 2000. Schwartzberg, Roger-Gérard, <i>Statul spectacol</i>, Ed. Scripta, 1995. Stoiciu, Andrei, <i>Comunicarea politică</i>, București, 2000. Teodorescu, Gheorghe, <i>Putere, autoritate și comunicare politică</i>, București, 2000. Voegelin, Eric, <i>Religiile politice</i>, Ed. Humanitas, București, 2010. Weber, Max, <i>Politica, o vocație și o profesie</i>, București, 1992.
---	---

10. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului²¹

Specialist relații publice în domeniul politic; comunicare cu presa; organizarea evenimentelor.

11. Evaluare

Tip activitate	11.1 Criterii de evaluare	11.2 Metode de evaluare		11.3 Pondere din nota finală	Obs. ²²
11.4a Examen	Cunoștințe teoretice și practice însușite (cantitatea, corectitudinea, acuratețea)	Teste pe parcurs ²³ :	$P_{1.1} = _10\%$ $N_{1.1} \geq 5$	70% (5 minim)	$P_1 = P_{1.1} + P_{1.2} + P_{1.3} + P_{1.4}$
		Teme de casă:	$P_{1.2} = _10\%$ $N_{1.2} \geq 5$		
		Alte activități ²⁴ :	$P_{1.3} = _10\%$ $N_{1.3} \geq 5$		
		Evaluare finală:	$P_{1.4} = _70\%$ $N_{1.4} \geq 5$		
11.4b Seminar	Frecvența/relevanța intervențiilor sau răspunsurilor	Evidența intervențiilor, portofoliu de lucrări (referate, sinteze științifice)		30% (5 minim)	
11.4c Laborator	Cunoașterea aparaturii, a modului de utilizare a instrumentelor specifice; evaluarea unor instrumente sau realizări, prelucrarea și interpretarea unor rezultate	- Chestionar scris - Răspuns oral - Caiet de laborator, lucrări experimentale, referate etc. - Demonstrație practică			
11.4d Proiect	Calitatea proiectului realizat, corectitudinea documentației proiectului, justificarea soluțiilor alese	- Autoevaluarea, prezentarea și/sau susținerea proiectului - Evaluarea critică a unui proiect			

²¹ Legătura cu alte discipline, utilitatea disciplinei pe piața muncii

²² CPE – condiționează participarea la examen; nCPE – nu condiționează participarea la examen; CEF - condiționează evaluarea finală; N/A – nu se aplică

²³ Se va preciza numărul de teste și săptămânile în care vor fi susținute.

²⁴ Cercuri științifice, concursuri profesionale etc.



11.5 Standard minim de performanță ²⁵	N _T =5	P _T =100 %
$N_T = 1 + 0,9 \times \sum_{n=1}^4 (P_n \times N_n) \geq 5$ $P_T = P_1 + P_2 + P_3 + P_4 = 100\%$ $N_T = 1 + 0,9 \times [(P_{1.1} \times N_{1.1} + P_{1.2} \times N_{1.2} + P_{1.3} \times N_{1.3} + P_{1.4} \times N_{1.4}) + P_2 \times N_2 + P_3 \times N_3 + P_4 \times N_4]$ Unde: 1 = punctul din oficiu (adăugat la calculul notei finale) P = Pondere (P_T = Pondera totală); N = Nota (N_T = Nota finală);		

Fișa disciplinei cuprinde componente adaptate persoanelor cu CES (persoane cu dizabilități și persoane cu potențial înalt), în funcție de tipul și gradul acestora, la nivelul tuturor elementelor curriculare (competențe, obiective, conținuturi, metode de predare, evaluare alternativă), pentru a asigura șanse echitabile în pregătirea academică a tuturor studenților, acordând atenție sporită nevoilor individuale de învățare.

Data completării: |0|9| / |0|9| / |2|0|2|5|

Data avizării în Departament: |2|3| / |0|9| / |2|0|2|5|

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular disciplină	Conf. univ. dr. Lucian Grozea	
Responsabil program de studii	Conf. univ. dr. Raluca-Elena Mureșan	
Director Departament	Conf. univ. dr. Adela-Elena Popa	

²⁵ Se particularizează la specificul disciplinei standardul minim de performanță din grila de competențe a programului de studii, dacă este cazul.

FIȘA DISCIPLINEI

Anul universitar 2025 - 2026

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Lucian Blaga din Sibiu
1.2. Facultatea	Științe Socio-Umane
1.3. Departament	ASJRPS
1.4. Domeniul de studiu	Științe ale comunicării
1.5. Ciclu de studii ¹	Licență
1.6. Specializarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Management de proiect	Cod	FSSU.ASJ.CRP.L.SA.6.20 10.E-4.7
2.2. Titular activități de curs	Lect. univ. dr. Ioana Adela Curta		
2.3. Titular activități practice	Lect. univ. dr. Ioana Adela Curta		
2.4. An de studiu ²	3	2.5. Semestrul ³	6
2.6. Tipul de evaluare ⁴	E		
2.7. Regimul disciplinei ⁵	A	2.8. Categoria formativă a disciplinei ⁶	S

3. Timpul total estimat

3.1. Extinderea disciplinei în planul de învățământ – număr de ore pe săptămână					
3.1.a.Curs	3.1.b. Seminar	3.1.c. Laborator	3.1.d. Proiect	3.1.e Alte	Total
2	-	1	-	-	3
3.2. Extinderea disciplinei în planul de învățământ – total ore din planul de învățământ					
3.2.a.Curs	3.2.b. Seminar	3.2.c. Laborator	3.2.d. Proiect	3.2.e Alte	Total ⁷
28	-	14			42
Distribuția fondului de timp pentru studiu individual ⁸					Nr. ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					19
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					19
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					10

¹ Licență / Master

² 1-4 pentru licență, 1-2 pentru master

³ 1-8 pentru licență, 1-3 pentru master

⁴ Examen, colocviu sau VP A/R – din planul de învățământ

⁵ Regim disciplină: O=Disciplină obligatorie; A=Disciplină opțională; U=Facultativă

⁶ Categoria formativă: Categoria formativă: Aprofundare=R; Complementară=C; Domeniu= D, Fundamentală=F; Sinteză=Z; Specialitate=S; Universitate=T

⁷ Este egal cu 14 săptămâni x numărul de ore de la punctul 3.1 (similar pentru 3.2.a.b.c.d.e.)

⁸ Liniile de mai jos se referă la studiul individual; totalul se completează la punctul 3.37.



Tutoriat ⁹	4
Examinări ¹⁰	6
3.3. Total ore alocate studiului individual¹¹ ($NOSI_{sem}$)	58
3.4. Total ore din Planul de învățământ ($NOAD_{sem}$)	42
3.5. Total ore pe semestru¹² ($NOAD_{sem} + NOSI_{sem}$)	100
3.6. Nr ore / ECTS	25
3.7. Număr de credite¹³	4

⁹ Între 7 și 14 ore

¹⁰ Între 2 și 6 ore

¹¹ Suma valorilor de pe liniile anterioare, care se referă la studiul individual.

¹² Suma (3.5.) dintre numărul de ore de activitate didactică directă ($NOAD$) și numărul de ore de studiu individual ($NOSI$) trebuie să fie egală cu numărul de credite alocate disciplinei (punctul 3.7) x nr. ore pe credit (3.6.)

¹³ Numărul de credit se calculează după formula următoare și se rotunjește la valori vecine întregi (fie prin micșorare fie prin majorare)

$$\text{Nr.credite} = \text{NOCpSpD} \times \text{CC} + \text{NOApSpD} \times \text{CATOCpSpD} \times \text{CC} + \text{TOApSpD} \times \text{CA} \times 30 \text{ credite}$$

Unde:

- NOCpSpD = Număr ore curs/săptămână/disciplina pentru care se calculează creditele
- NOApSpD = Număr ore aplicații (sem./lab./pro.)/săptămână/disciplina pentru care se calculează creditele
- TOCpSpD = Număr total ore curs/săptămână din plan
- TOApSpD = Număr total ore aplicații (sem./lab./pro.)/săptămână din plan
- C_C/C_A = Coeficienți curs/aplicații calculate conform tabelului

Coeficienți

Curs

Aplicații (S/L/P)

Licență

2

1

Master

2,5

1,5

Licență lb. străină

2,5

1,25



4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. Discipline necesar a fi promovate anterior (de curriculum) ¹⁴	-
4.2. Competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului ¹⁵	-
5.2. De desfășurare a activităților practice (lab/sem/pr/alte) ¹⁶	-

6. Rezultate ale învățării¹⁷

Numărul de credite alocat disciplinei: 4				
Rezultatele învățării				Repartizare credite pe rezultatele învățării
Nr. crt.	Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie	
RÎ 1	C.8.4: Studentul/Absolventul acumulează cunoștințe despre teoriile, conceptele și instrumentarul necesar inițierii, planificării, implementării, exploatării și monitorizării proiectelor, pe baza utilizării managementului timpului, a costului, a calității și a resurselor în cadrul proiectelor și identifică specificul proceselor de comunicare în cadrul proiectelor.			1
RÎ 2	C.8.3: Studentul/Absolventul demonstrează cunoștințe antreprenoriale, pe baza identificării și aplicării principiilor de performanță în domeniul investițional, prin prisma documentațiilor specifice (studii de fezabilitate și planuri de afaceri).			1
RÎ 3		A.8.3: Studentul/Absolventul dezvoltă abilități		1

¹⁴ Se menționează disciplinele obligatoriu a fi promovate anterior sau echivalente

¹⁵ Tablă, videoproiector, flipchart, materiale didactice specifice, platforme on-line etc.

¹⁶ Tehnică de calcul, pachete software, standuri experimentale, platforme on-line etc.

¹⁷ Rezultatele învățării se vor menționa în funcție de standardele specifice ale Comisiilor de specialitate ARACIS (<https://www.aracis.ro/ghiduri/>)



		de programare a execuției proiectelor utilizând metode clasice și moderne, bazate pe utilizarea rațională a resurselor în cadrul proiectelor, pe dimensionarea optimă a costului și a bugetelor acestora, ținând cont de identificarea și analiza riscurilor.		
RÎ 4			R.7.4: Studentul/absolventul poate planifica/ asuma și respecta termene strânse pentru a realiza sarcini sau proiecte profesionale;	1

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

7.1. Obiectivul general	Dobândirea de competențe manageriale de către studenți pentru a realiza de proiecte. Să mărească capacitatea studenților de a lua decizii de tip managerial (a identifica soluțiile și instrumentele necesare pentru evitare/rezolvare problemelor).
7.2. Obiectivele specifice	Familiarizarea cu natura și scopul managementului de proiect, înțelegerea rolului managerul de proiect și a echipei de proiect, dar și înțelegerea modului de evaluare financiară a proiectului. Este foarte importantă înțelegerea managementului desfășurării proiectului, înțelegerea noțiunilor de management al costurilor proiectului și înțelegerea operațiunilor pe care le presupune închiderea proiectului.

8. Conținuturi

8.1. Curs¹⁸		Metode de predare¹⁹	Nr. ore
Curs 1	Introducere în Managementul Proiectelor	Prelegere, utilizare videoproiector	2
Curs 2	Legătura MP cu alte discipline ale științei	Prelegere, utilizare videoproiector	2
Curs 3	Caracteristicile unui proiect	Prelegere, utilizare videoproiector	2
Curs 4	Fazele și procesele proiectului	Prelegere, utilizare videoproiector	2
Curs 5	Conceptele unui proiect	Prelegere, utilizare videoproiector	2
Curs 6	Diagrama Pert	Prelegere, utilizare videoproiector	2
Curs 7	Diagrama Gantt	Prelegere, utilizare videoproiector	2
Curs 8	Categorii de persoane antrenate în proiecte	Prelegere, utilizare videoproiector	2
Curs 9	Instrumente folosite în managementul proiectelor	Prelegere, utilizare videoproiector	2

¹⁸ Titluri de capitole și paragrafe

¹⁹ Expunere, prelegere, prezentare la tablă a problematicei studiate, utilizare videoproiector, discuții cu studenții (pentru fiecare capitol, dacă este cazul)



Curs 10	Alcătuirea și conducerea unei echipe de proiect	Prelegere, utilizare videoproiector	2
Curs 11	Managementul riscurilor	Prelegere, utilizare videoproiector	2
Curs 12	Marketing de proiect	Prelegere, utilizare videoproiector	2
Curs 13	Managementul timpului în proiecte	Prelegere, utilizare videoproiector	2
Curs 14	Evaluarea proiectelor	Prelegere, utilizare videoproiector	2
Total ore curs:			28

8.2. Activități practice

Activități practice (8.2.a. Seminar ²⁰ / 8.2.b. Laborator ²¹ / 8.2.c. Proiect ²²)		Metode de predare²³	Nr. ore
Laborator 1	Concepția de proiect și managementul proiectelor prin prisma programelor de finanțare europeană din România	Discuții, prezentare de lucrări	2
Laborator 2	Organizarea administrativă a programelor de finanțare europeană din România	Studii de caz, prezentare de lucrări	2
Laborator 3	Organizarea echipelor de proiect și rolul managerului de proiect	Studii de caz, prezentare de lucrări	2
Laborator 4	Planificarea proiectelor europene și estimarea costurilor	Discuții, prezentare de lucrări	2
Laborator 5	Estimarea costurilor și procedurile de achiziție publică	Studii de caz, prezentare de lucrări	2
Laborator 6	Contractarea proiectelor: contractul de finanțare și contractele din cadrul proiectului	Studii de caz, prezentare de lucrări	2
Laborator 7	Managementul timpului și ședințele de proiect	Discuții, prezentare de lucrări	2
Total ore laborator			14

9. Bibliografie

9.1. Referințe bibliografice recomandate	Lock, Dennis 2000 Management de proiect Editura CODECS, București.
	Turner, J. Rodney – Simister, Stephen J. Manualul GOWER de management de proiect Editura CODECS, București, 2007
	Mocanu, Mariana – Schuster, Carmen Managementul proiectelor. Cale spre creșterea competitivității, Editura ALL BECK, București, 2001
9.2. Referințe bibliografice suplimentare	Prostea Gabriela Managementul prin proiecte Editura Orizonturi, Universitatea Tehnică Timișoara, 2002
	Constantinescu Dumitru, Nistorescu Tudor, Managementul proiectelor, Fundamente, metode, tehnici, Editura Sitech, Craiova, 2008.
	McCollum James, Banacu Cristian Silviu, Management de proiect, o abordare practică, Editura Universitară, București, 2005.
	Tom Mochal, Lecții de management de proiect, Editura Codecs, București, 2006

²⁰ Discuții, dezbateri, prezentare și/sau analiză de lucrări, rezolvare de exerciții și probleme

²¹ Demonstrație practică, exercițiu, experiment

²² Studiu de caz, demonstrație, exercițiu, analiza erorilor etc.

²³ Demonstrație practică, exercițiu, experiment

10. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului²⁴

Conceperea conținuturilor disciplinei a avut în vedere asigurarea unui nivel mediu de cunoștințe care să le permită absolvenților desfășurarea de activități în cadrul agențiilor de publicitate. Conținuturile disciplinei răspund așteptărilor reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului de studiu, fiind elaborate pe baza unor materiale cu caracter științific recunoscute în plan internațional și sunt în concordanță cu așteptările angajatorilor din domeniul aferent programului.

11. Evaluare

Tip activitate	11.1 Criterii de evaluare	11.2 Metode de evaluare		11.3 Pondere din nota finală	Obs. ²⁵
11.4a Examen / Colocviu	● Cunoștințe teoretice și practice însușite (cantitatea, corectitudinea, acuratețea)	Teste pe parcurs ²⁶ :	P _{1.1} =_20% N _{1.1} ≥5	P ₁ =75_% N ₁ ≥5	P ₁ = P _{1.1} + P _{1.2} + P _{1.3} + P _{1.4} CPE
		Teme de casă:	P _{1.2} =_5% N _{1.2} ≥5		
		Alte activități ²⁷ :	P _{1.3} = __% N _{1.3} ≥5		
		Evaluare finală:	P _{1.4} = 50_% N _{1.4} ≥5		
11.4b Seminar	● Frecvența/relevanța intervențiilor sau răspunsurilor	Evidența intervențiilor, portofoliu de lucrări (referate, sinteze științifice)		P ₂ =_% N ₂ ≥5	CPE
11.4c Laborator	● Cunoașterea aparaturii, a modului de utilizare a instrumentelor specifice; evaluarea unor instrumente sau realizări, prelucrarea și interpretarea unor rezultate	● Chestionar scris ● Răspuns oral ● Caiet de laborator, lucrări experimentale, referate etc. ● Demonstrație practică		P ₃ =25% N ₃ ≥5	N/A
11.4d Proiect	● Calitatea proiectului realizat, corectitudinea documentației proiectului, justificarea soluțiilor alese	● Autoevaluarea, prezentarea și/sau susținerea proiectului ● Evaluarea critică a unui proiect		P ₄ =_% N ₄ ≥5	N/A
11.5 Standard minim de performanță ²⁸				N _T =5	P _T =100 %
$N_T = 1 + 0,9 \times \sum_{n=1}^4 (P_n \times N_n) \geq 5$ $P_T = P_1 + P_2 + P_3 + P_4 = 100\%$ $N_T = 1 + 0,9 \times [(P_{1.1} \times N_{1.1} + P_{1.2} \times N_{1.2} + P_{1.3} \times N_{1.3} + P_{1.4} \times N_{1.4}) + P_2 \times N_2 + P_3 \times N_3 + P_4 \times N_4]$					

²⁴ Legătura cu alte discipline, utilitatea disciplinei pe piața muncii

²⁵ CPE – condiționează participarea la examen; nCPE – nu condiționează participarea la examen; CEF - condiționează evaluarea finală; N/A – nu se aplică

²⁶ Se va preciza numărul de teste și săptămânile în care vor fi susținute.

²⁷ Cercuri științifice, concursuri profesionale etc.

²⁸ Se particularizează la specificul disciplinei standardul minim de performanță din grila de competențe a programului de studii, dacă este cazul.



Unde: **1** = punctul din oficiu (adăugat la calculul notei finale)

P = Pondere (P_T = Pondera totală);

N = Nota (N_T = Nota finală);

Fișa disciplinei cuprinde componente adaptate persoanelor cu CES (persoane cu dizabilități și persoane cu potențial înalt), în funcție de tipul și gradul acestora, la nivelul tuturor elementelor curriculare (competențe, obiective, conținuturi, metode de predare, evaluare alternativă), pentru a asigura șanse echitabile în pregătirea academică a tuturor studenților, acordând atenție sporită nevoilor individuale de învățare.

Data completării: | 2 | 0 | / | 0 | 9 | / | 2 | 0 | 2 | 5 |

Data avizării în Departament: | 2 | 3 | / | 0 | 9 | / | 2 | 0 | 2 | 5 |

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular disciplină	Lect. univ. dr. Ioana Adela Curta	
Responsabil program de studii	Conf. univ. dr. Raluca Mureșan	
Director Departament	Conf. univ. dr. Adela Popa	

FIȘA DISCIPLINEI

Anul universitar 2025 - 2026

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Lucian Blaga din Sibiu
1.2. Facultatea	Științe Socio-Umane
1.3. Departament	ASJRPS
1.4. Domeniul de studiu	Științe ale comunicării
1.5. Ciclul de studii ¹	Licență
1.6. Specializarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei		Tehnici de negociere			Cod	FSSU.ASJ.CRP.L.SA.6.20 10.E-4.8	
2.2. Titular activități de curs		Lect. univ. dr. Ioana Adela Curta					
2.3. Titular activități practice		Lect. univ. dr. Ioana Adela Curta					
2.4. An de studiu ²	3	2.5. Semestrul ³			6	2.6. Tipul de evaluare ⁴	E
2.7. Regimul disciplinei ⁵		A	2.8. Categoria formativă a disciplinei ⁶				S

3. Timpul total estimat

3.1. Extinderea disciplinei în planul de învățământ – număr de ore pe săptămână					
3.1.a.Curs	3.1.b. Seminar	3.1.c. Laborator	3.1.d. Proiect	3.1.e Alte	Total
2	-	1	-	-	3
3.2. Extinderea disciplinei în planul de învățământ – total ore din planul de învățământ					
3.2.a.Curs	3.2.b. Seminar	3.2.c. Laborator	3.2.d. Proiect	3.2.e Alte	Total ⁷
28	-	14			42
Distribuția fondului de timp pentru studiu individual⁸					Nr. ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					19
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					19
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					10

¹ Licență / Master

² 1-4 pentru licență, 1-2 pentru master

³ 1-8 pentru licență, 1-3 pentru master

⁴ Examen, colocviu sau VP A/R – din planul de învățământ

⁵ Regim disciplină: O=Disciplină obligatorie; A=Disciplină opțională; U=Facultativă

⁶ Categoria formativă: Categoria formativă: Aprofundare=R; Complementară=C; Domeniu= D, Fundamentală=F; Sinteză=Z; Specialitate=S; Universitate=T

⁷ Este egal cu 14 săptămâni x numărul de ore de la punctul 3.1 (similar pentru 3.2.a.b.c.d.e.)

⁸ Liniile de mai jos se referă la studiul individual; totalul se completează la punctul 3.37.

Tutoriat ⁹	4
Examinări ¹⁰	6
3.3. Total ore alocate studiului individual¹¹ ($NOSI_{sem}$)	58
3.4. Total ore din Planul de învățământ ($NOAD_{sem}$)	42
3.5. Total ore pe semestru¹² ($NOAD_{sem} + NOSI_{sem}$)	100
3.6. Nr ore / ECTS	25
3.7. Număr de credite¹³	4

⁹ Între 7 și 14 ore

¹⁰ Între 2 și 6 ore

¹¹ Suma valorilor de pe liniile anterioare, care se referă la studiul individual.

¹² Suma (3.5.) dintre numărul de ore de activitate didactică directă ($NOAD$) și numărul de ore de studiu individual ($NOSI$) trebuie să fie egală cu numărul de credite alocate disciplinei (punctul 3.7) x nr. ore pe credit (3.6.)

¹³ Numărul de credit se calculează după formula următoare și se rotunjește la valori vecine întregi (fie prin micșorare fie prin majorare)

$$\text{Nr.credite} = \text{NOCpSpD} \times \text{CC} + \text{NOApSpD} \times \text{CATOCpSpD} \times \text{CC} + \text{TOApSpD} \times \text{CA} \times 30 \text{ credite}$$

Unde:

- NOCpSpD = Număr ore curs/săptămână/disciplina pentru care se calculează creditele
- NOApSpD = Număr ore aplicații (sem./lab./pro.)/săptămână/disciplina pentru care se calculează creditele
- TOCpSpD = Număr total ore curs/săptămână din plan
- TOApSpD = Număr total ore aplicații (sem./lab./pro.)/săptămână din plan
- C_C/C_A = Coeficienți curs/aplicații calculate conform tabelului

Coeficienți

Curs

Aplicații (S/L/P)

Licență

2

1

Master

2,5

1,5

Licență lb. străină

2,5

1,25



4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. Discipline necesar a fi promovate anterior (de curriculum) ¹⁴	-
4.2. Competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului ¹⁵	-
5.2. De desfășurare a activităților practice (lab/sem/pr/alte) ¹⁶	-

6. Rezultate ale învățării¹⁷

Numărul de credite alocat disciplinei: 4				
Rezultatele învățării				Repartizare credite pe rezultatele învățării
Nr. crt.	Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie	
RÎ 1	C.2.2: Studentul/absolventul este capabil să identifice conceptele referitoare la public și audiența mass-media, metode de măsurare, precum și indicatori de audiență specifici canalului tehnologic de comunicare mediatică;			1
RÎ 2	C.2.4: Studentul/absolventul este capabil să identifice elementele care joacă un rol în procesul de formare a opiniei publice, prin care percepțiile și opiniile față de o chestiune în discuție publică sunt formate și întărite, cum ar fi cadrajul informațiilor, tendințele și interesele publicului, procesele psihice și conformismul.			1
RÎ 3		A.2.3: Studentul/absolventul are capacitatea de a adapta mesajele la diverse situații și categorii sau segmente de public în contextul comunicării profesionale.		1

¹⁴ Se menționează disciplinele obligatoriu a fi promovate anterior sau echivalente

¹⁵ Tablă, videoproiector, flipchart, materiale didactice specifice, platforme on-line etc.

¹⁶ Tehnică de calcul, pachete software, standuri experimentale, platforme on-line etc.

¹⁷ Rezultatele învățării se vor menționa în funcție de standardele specifice ale Comisiilor de specialitate ARACIS (<https://www.aracis.ro/ghiduri/>)

RÎ 4			R.2.3: Studentul/absolventul poate analiza critic pluralitatea de interpretări date și de opinii formulate în contextul reprezentării media a subiectelor și evenimentelor curente.	1
------	--	--	--	---

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

7.1. Obiectivul general	Înțelegerea procesului de negociere și a importanței utilizării corecte a lor în orice afacere, dar și dobândirea de către studenți a abilităților de negociere, privind redarea, analiza și interpretarea mesajelor, a capacității de a cere, a refuza, a primi și a oferi un feedback constructiv, formulând mesajul optim și alegând canalul de comunicare cel mai eficient. Se urmărește însușirea cunoștințelor esențiale și necesare elaborării strategiilor de comunicare și negociere în afaceri.
7.2. Obiectivele specifice	Familiarizarea cu natura și scopul tehnicilor de negociere, înțelegerea rolului negocierii și a echipei de negociere, dar și înțelegerea modului de evaluare a negocierii, a etapelor negocierii și a finalizării unei negocieri. Este foarte importantă înțelegerea tehnicilor de negociere, înțelegerea noțiunilor de negociere, înțelegerea etapelor pe care le presupune o negociere

8. Conținuturi

8.1. Curs¹⁸		Metode de predare¹⁹	Nr. ore
Curs 1	Comunicarea umană: trecut, prezent și viitor	Prelegere, utilizare videoproiector	2
Curs 2	Perspective în dezvoltarea comunicării umane	Prelegere, utilizare videoproiector	2
Curs 3	Arta negocierilor. Scurt istoric	Prelegere, utilizare videoproiector	2
Curs 4	Scurt istoric al negocierilor	Prelegere, utilizare videoproiector	2
Curs 5	Negocierea în afaceri: conținut, structură, funcții	Prelegere, utilizare videoproiector	2
Curs 6	Negocierea - formă principală de comunicare în relațiile interumane	Prelegere, utilizare videoproiector	2
Curs 7	Abordare procesuală a negocierii în afaceri	Prelegere, utilizare videoproiector	2
Curs 8	Pregătirea negocierii	Prelegere, utilizare videoproiector	2
Curs 9	Derularea negocierii	Prelegere, utilizare videoproiector	2
Curs 10	Finalizarea negocierii	Prelegere, utilizare videoproiector	2
Curs 11	Tehnici de comunicare și negocieri în afaceri	Prelegere, utilizare videoproiector	2
Curs 12	Modalități de abordare a negocierii	Prelegere, utilizare videoproiector	2

¹⁸ Titluri de capitole și paragrafe

¹⁹ Expunere, prelegere, prezentare la tablă a problematicei studiate, utilizare videoproiector, discuții cu studenții (pentru fiecare capitol, dacă este cazul)

Curs 13	Strategii de negociere	Prelegere, utilizare videoproiector	2
Curs 14	Evaluarea negocierii	Prelegere, utilizare videoproiector	2
Total ore curs:			28

8.2. Activități practice

8.2.b. Laborator		Metode de predare²⁰	Nr. ore
Laborator 1	Tehnici pentru atingerea obiectivelor în negocierile cu furnizorii și clienții;	Discuții, prezentare de lucrări	2
Laborator 2	Un sistem de analiza a partenerilor de negociere;	Studii de caz, prezentare de lucrări	2
Laborator 3	Instrumente pentru rezolvarea situațiilor dificile de negociere;	Studii de caz, prezentare de lucrări	2
Laborator 4	Strategii de comunicare eficientă a unui mesaj către partenerii comerciali;	Discuții, prezentare de lucrări	2
Laborator 5	Tehnici de negociere care îți oferă un avantaj în fața concurenților;	Studii de caz, prezentare de lucrări	2
Laborator 6	Metode pentru adaptarea la diversele stiluri de negociere;	Studii de caz, prezentare de lucrări	2
Laborator 7	Tehnici pentru interpretarea limbajului nonverbal;	Discuții, prezentare de lucrări	2
Total ore laborator			14

9. Bibliografie

9.1. Referințe bibliografice recomandate	Dinu M.. “Comunicarea.Repere fundamentale, Editura Algos, București, 2000
	Dragoș V., „Tehnici de negociere și comunicare”, Editura Expert, București, 2000;
	Souni H., „Manipularea în negocieri”, Editura Antet, București, 2001;
9.2. Referințe bibliografice suplimentare	Vasile D. C., „Tehnici de negociere și comunicare”, Editura Expert, București, 2000
	Bellenger L., „Stratégies et tactique de négociation”, ESF, Paris, 1995;
	Caraiani Ghe., Georgescu T., “Negocierea interculturală în tranzacțiile comerciale internaționale”, Editura Universul Juridic, București, 2006;
	Mattelart A., Mattelart M., „Istoria teoriilor comunicării”, Editura Polirom, Iași, 2001

10. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului²¹

Conceperea conținuturilor disciplinei a avut în vedere asigurarea unui nivel mediu de cunoștințe care să le permită absolvenților desfășurarea de activități în cadrul agențiilor de publicitate.

Conținuturile disciplinei răspund așteptărilor reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului de studiu, fiind elaborate pe baza unor materiale cu caracter științific recunoscute în plan internațional și sunt în concordanță cu așteptările angajatorilor din domeniul aferent programului.

²⁰ Demonstrație practică, exercițiu, experiment

²¹ Legătura cu alte discipline, utilitatea disciplinei pe piața muncii

11. Evaluare

Tip activitate	11.1 Criterii de evaluare	11.2 Metode de evaluare		11.3 Pondere din nota finală	Obs. ²²
11.4a Examen / Colocviu	● Cunoștințe teoretice și practice însușite (cantitatea, corectitudinea, acuratețea)	Teste pe parcurs ²³ :	P _{1.1} =20% N _{1.1} ≥5	P ₁ =75% N ₁ ≥5	P ₁ = P _{1.1} + P _{1.2} + P _{1.3} + P _{1.4} CPE
		Teme de casă:	P _{1.2} =5% N _{1.2} ≥5		
		Alte activități ²⁴ :	P _{1.3} = -_% N _{1.3} ≥5		
		Evaluare finală:	P _{1.4} = 50% N _{1.4} ≥5		
11.4b Seminar	● Frecvența/relevanța intervențiilor sau răspunsurilor	Evidența intervențiilor, portofoliu de lucrări (referate, sinteze științifice)		P ₂ =_% N ₂ ≥5	CPE
11.4c Laborator	● Cunoașterea aparaturii, a modului de utilizare a instrumentelor specifice; evaluarea unor instrumente sau realizări, prelucrarea și interpretarea unor rezultate	● Chestionar scris ● Răspuns oral ● Caiet de laborator, lucrări experimentale, referate etc. ● Demonstrație practică		P ₃ =25% N ₃ ≥5	N/A
11.4d Proiect	● Calitatea proiectului realizat, corectitudinea documentației proiectului, justificarea soluțiilor alese	● Autoevaluarea, prezentarea și/sau susținerea proiectului ● Evaluarea critică a unui proiect		P ₄ =_% N ₄ ≥5	N/A
11.5 Standard minim de performanță ²⁵				N _T =5	P _T =100 %
$N_T = 1 + 0,9 \times \sum_{n=1}^4 (P_n \times N_n) \geq 5$$P_T = P_1 + P_2 + P_3 + P_4 = 100\%$$N_T = 1 + 0,9 \times [(P_{1.1} \times N_{1.1} + P_{1.2} \times N_{1.2} + P_{1.3} \times N_{1.3} + P_{1.4} \times N_{1.4}) + P_2 \times N_2 + P_3 \times N_3 + P_4 \times N_4]$ Unde: 1 = punctul din oficiu (adăugat la calculul notei finale) P = Pondere (P_T= Pondera totală); N = Nota (N_T= Nota finală);					

Fișa disciplinei cuprinde componente adaptate persoanelor cu CES (persoane cu dizabilități și persoane cu potențial înalt), în funcție de tipul și gradul acestora, la nivelul tuturor elementelor curriculare (competențe, obiective, conținuturi, metode de predare, evaluare alternativă), pentru a asigura șanse echitabile în pregătirea academică a tuturor studenților, acordând atenție sporită nevoilor individuale de învățare.

Data completării: | 2 | 0 | / | 0 | 9 | / | 2 | 0 | 2 | 5 |

Data avizării în Departament: | 2 | 3 | / | 0 | 9 | / | 2 | 0 | 2 | 5 |

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
--	---	------------------

²² CPE – condiționează participarea la examen; nCPE – nu condiționează participarea la examen; CEF - condiționează evaluarea finală; N/A – nu se aplică

²³ Se va preciza numărul de teste și săptămânile în care vor fi susținute.

²⁴ Cercuri științifice, concursuri profesionale etc.

²⁵ Se particularizează la specificul disciplinei standardul minim de performanță din grila de competențe a programului de studii, dacă este cazul.



Titular disciplină	Lect. univ. dr. Ioana Adela Curta	
Responsabil program de studii	Conf. univ. dr. Raluca Mureșan	
Director Departament	Conf. univ. dr. Adela Popa	