

FIȘA DISCIPLINEI
STRATEGII DE COMUNICARE EFICIENTĂ ÎN RELAȚII PUBLICE
Strategies of Efficient Communication in Public Relations
Anul universitar 2022-2023

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Ecologică din București
1.2. Facultatea	Facultatea de Științele Comunicării
1.3. Departamentul	Departamentul de Științele Comunicării
1.4. Domeniul de studii	Comunicare și relații publice
1.5. Ciclul de studii	Licență
1.6. Programul de studii/Calificarea	Comunicare și relații publice
1.7. Limba de studiu	Română
1.8. Forma de învățământ	Învățământ cu frecvență redusă

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Strategii de comunicare eficientă în relații publice			Codul disciplinei	SSSC203538 DS
2.2. Titularul activității de curs	Prof. dr. Odette Arhip			Email instituțional arodette@ueb.education	
2.3. Titularul activității de seminar/activități de laborator /lucrări practice/proiect	Prof. dr. Odette Arhip			Email arodette@ueb.education	
2.4. Anul de studiu	III	2.5. Semestrul	5	2.6. Tipul de evaluare	E
				2.7. Regimul disciplinei ¹ / Tipul disciplinei ²	Obligatorie

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1. Total ore din planul de învățământ	din care:	3.2. AI ³	97	3.3. SF ⁴	28	3.4. ST ⁵		3.5. L ⁶		3.6. LP ⁷		3.7. P ⁸	
Distribuția fondului de timp de activități de autoinstruire												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 seminare/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri												16	
Tutoriat												4	
Examinări												6	
Alte activități.....													
3.8. Total ore activități de autoinstruire												69	
3.9. Total ore pe semestru (3.3 + 3.4 + 3.5 + 3.6 + 3.7 + 3.8)												28	
3.10. Numărul de credite ECTS												5	

¹ Obligatorie/opțională/facultativă

² Fundamentală/complementară/specializare

³ AI – activități de autoinstruire

⁴ SF – seminar față în față

⁵ ST – seminar în sistem de tutorat

⁶ L – activități de laborator

⁷ LP – lucrări practice

⁸ P – proiect, practică

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Introducere în teoria comunicării, Tehnica discursului; Strategii și tehnici în PR
4.2. de competențe	Capacități analitice și ușurința de a comunica corect

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a activităților de autoinstruire	Sală de curs cu cel puțin 50 de locuri dotată cu tablă, videoproiector și computer Activitate online, sincron/asincron: computer, conexiune internet, platforma G Suite for Education, prezentări PowerPoint, imagini și videoclipuri disponibile online
5.2. de desfășurare a seminarelor/ a activităților de laborator /a lucrărilor practice/ a proiectului	Acces la platforma UEB google classroom. Sală minim 25 locuri dotată cu laptop, webcam, videoproiector, conexiune internet, tablă.

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none">- Operarea cu aparatul conceptual fundamental specific domeniului comunicării- Capacitatea de a proiecta și de a derula strategii de comunicare în domeniul relațiilor publice- Culegerea de date și de informații din diverse surse informative- Analiza și interpretarea datelor din punct de vedere calitativ și cantitativ- Dezvoltarea și implementarea ideilor creative
Competențe transversale	Executarea responsabilă a sarcinilor profesionale în condiții de autonomie restrânsă

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Transmiterea de cunoștințe fundamentale și înțelegerea alături de utilizarea pașilor strategici în comunicarea specifică domeniului publicității și PR-ului
7.2. Obiectivele specifice	- înțelegerea profilului consumatorului - înțelegerea importanței aplicării de metode de cercetare în scopul creării unui plan de comunicare strategică eficient - familiarizarea cu idei creative specifice procesului comunicării strategice - punerea în practică a tuturor cunoștințelor acumulate prin realizarea unui plan comprehensiv de comunicare strategică cu baze empirice

8. Conținuturi

8.1. Activități de autoinstruire
1. Ascultarea eficientă
2. Caracterizarea generală a conflictului și clasificare conflictului
3. Tactici folosite în conflict în medii tradiționale și în cele online
4. Comunicarea în cadrul grupului
5. Aspecte legate de conceptul de leadership
6. Comunicare prin interacțiune
7. Team teaching și team building
8. Metode de optimizare a relaționării
9. Feedback, canal și context de comunicare în mediul online
10. Mesajul – elementul cheie al comunicării
11. Paralimbajul

12. Teoria haosului		
13. Coeziune și devianță		
14. Gândirea de grup		
Bibliografie obligatorie 1. Coman, Mihai, <i>Introducere în sistemul mass-media</i> , Editura Polirom, Iași 2011. Arhip Odette, suport de curs – bibliotecă electronică UEB Arhip, Odette, <i>Retorica identității naționale</i> , Iași, Junimea, 2009 Mucchielli, Alex, <i>Arta de a manipula</i> , Iași, Polirom, 2015		
Bibliografie recomandată Bachnik, Katarzyna, Robert Nowacki How to Build Consumer Trust: Socially Responsible or Chelcea, Septimiu, <i>Psihologie aplicată. Publicitatea</i> , Iași, Editura Polirom, 2016 Chelcea, Septimiu, <i>Emoții sociale. Despre rușine, vinovăție, regret și dezamăgire</i> , București, Editura Tritonic, 2020 Controversial Advertising. Sustainability, 10, 2173, 2018 Pânișoară Ovidiu, <i>Comunicarea eficientă</i> , Iași, Polirom, 2004 Cabin, Philippe, Dortier, Jean-Fr., <i>Comunicarea. Perspective actuale</i> , Iași, Polirom, 2011 Hosseini, Z., S. Mohammadi, H. Safari. An Assessment of the Impact of Information Technology on Marketing and Advertising. Engineering. Technology and Applied Science Research, Vol.8, No.1., 2018 Mucchielli, Alex, <i>Influență, persuasiune, motivare</i> , București, Editura Humanitas, 2015. Marconi Joe, <i>Ghid practic de relații publice</i> , Iași, Editura Polirom, 2018 XXX, <i>Sociologia luxului</i> , volum coordonat de Marian Petcu, Editura Tritonic, București, 2015		
8.2. Activități de laborator	Metode de predare	Observații/ Nr. de ore
1. Prezentarea informativă eficientă	Dezbaterea. Studiul de caz. Analiză	2 ore
2. Blocaje emoționale în epoca digitalizării	Dezbaterea. Studiul de caz. Analiză	2 ore
3. Principii și funcții ale comunicării. Competență și performanță lingvistică și de comunicare	Dezbaterea. Studiul de caz. Analiză	2 ore
4. Influență și persuasiune în comunicare	Dezbaterea. Studiul de caz. Analiză	2 ore
5. Măsurarea legăturilor în rețelele sociale tipice	Dezbaterea. Studiul de caz Analiză.	2 ore
6. Teoria similarității și intercomunicarea	Dezbaterea. Studiul de caz. Analiză	2 ore
7. Axa staticului și a dinamicului în comunicarea nonverbală	Dezbaterea. Studiul de caz. Analiză	2 ore
8. Disponibilitate euristică, efectului falsului consens, efectul însuflețirii, teoria perseverenței	Dezbaterea. Studiul de caz. Analiză	2 ore
9. Interpretarea reacțiilor la mesaj	Dezbaterea. Studiul de caz. Analiză	2 ore
10. Strategii de provocare și de stimulare a conflictului; strategii de prevenire a conflictului	Dezbaterea. Studiul de caz. Analiză	2 ore
11. Tipuri de echipe de negociere	Dezbaterea. Studiul de caz. Analiză	2 ore
12. Strategii de mediere; fazele negocierii	Dezbaterea. Studiul de caz. Analiză	2 ore
13. Normele de grup și conformarea membrilor	Dezbaterea. Studiul de caz. Analiză	2 ore
14. Comportament în era digitală; conceptul de normă, manipularea normelor	Dezbaterea. Studiul de caz. Analiză	2 ore
Verificare pe parcurs	Prezentarea proiectului de	

	cercetare	
Total ore 28		
<p>Bibliografie obligatoric: Arhip Odette, suport de curs – biblioteca electronică UEB Arhip, Odette, <i>Retorica identității naționale</i>, Iași, Junimea, 2009 Mucchielli, Alex, <i>Arta de a manipula</i>, Iași, Polirom, 2015</p> <p>Bibliografie recomandată Bachnik, Katarzyna, Robert Nowacki How to Build Consumer Trust: Socially Responsible or Chelcea, Septimiu, <i>Psihologie aplicată. Publicitatea</i>, Iași, Editura Polirom, 2016 Chelcea, Septimiu, <i>Emoții sociale. Despre rușine, vinovăție, regret și dezamăgire</i>, București, Editura Tritonic, 2020 Controversial Advertising. Sustainability, 10, 2173, 2018 Pânișoară Ovidiu, <i>Comunicarea eficientă</i>, Iași, Polirom, 2004 Cabin, Philippe, Dortier, Jean-Fr., <i>Comunicarea. Perspective actuale</i>, Iași, Polirom, 2011 Hosseini, Z., S. Mohammadi, H. Safari. An Assessment of the Impact of Information Technology on Marketing and Advertising. Engineering. Technology and Applied Science Research, Vol.8, No.1., 2018 Mucchielli, Alex, <i>Influență, persuasiune, motivare</i>, București, Editura Humanitas, 2015. Marconi Joe, <i>Ghid practic de relații publice</i>, Iași, Editura Polirom, 2018 XXX, <i>Sociologia luxului</i>, volum coordonat de Marian Petcu, Editura Tritonic, București, 2015</p>		

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

Conținutul disciplinei este în concordanță cu ceea ce se studiază în alte centre universitare din țară și reflectă tendințele contemporane de evoluție din sfera științelor comunicării, inclusiv în domeniul digitalizării și în noile media.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1.Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs	-	-	-
10.5. Seminar/ activități de laborator /lucrări practice/proiect	Capacitatea de a dezvolta raționamente și de a utiliza adecvat aparatul conceptual	Activitate, participare la dezbateri	20%
10.6. Evaluare finală ⁹	Rezultate ale studiului individual. Aplicarea cunoștințelor prin rezolvare de probleme, interpretare și argumentare.	Proiect	80%
10.7. Modalitatea de notare (calificativ sau notă): notă			
10.8 Standard minim de performanță Cunoașterea elementelor fundamentale de teorie, și practică comunicațională în relațiile publice.			

Data completării
12.09.2022

Semnătura coordonatorului de disciplină,
Prof. dr. Odette Arhip

Semnătura cadrului didactic activități aplicative
Prof. dr. Odette Arhip

⁹ E – examen, C – colocviu

Semnătura responsabilului IFR
lect. univ.dr. Flavius Alexandru Pană

Data avizării în departament
IFR-ID
14.09.2022

Semnătura directorului
de departament IFR-ID

Data avizării în departament

14.09.2022

Semnătura directorului
de departament
Lect. univ.dr. Iulia Anghel