

FIȘA DISCIPLINEI
***** DISCURSURI ȘI AGENDE ÎN TRANZIȚIA ECOCLIMATICĂ *****
2024 – 2025

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/Masterat)	Master
1.6. Programul de studii	Comunicare și New Media
1.7. Limba de studiu	Română
1.8. Forma de învățământ (IF/IFR)	IF

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Discursuri și agende în tranziția ecoclimatică				
2.2. Titularul activității de curs	Conf. univ. dr. Gabriel Manu		Email (adresa instituțională):		
2.3. Titularul activității de lucrări practice	Conf. univ. dr. Gabriel Manu		Email (adresa instituțională):		
2.4. Anul de studiu	I	2.5. Semestrul	2	2.6. Codul disciplinei	SSSCNM 202408
2.7. Tipul de evaluare	E	2.8. Regimul/categoria disciplinei ¹	OB	2.9. Tipul disciplinei ²	

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

3.1. Număr de ore pe săptămână ³	4	din care: 3.2. curs	2	3.3. lucrări practice	2
3.4. Total ore din planul de învățământ ⁴	56	din care: 3.5. curs	28	3.6. lucrări practice	28
3.7. Total ore față în față / sem.	28	din care: 3.8. curs	14	3.9. lucrări practice	14
3.10. Total ore online sincron / sem.	28	din care: 3.11. curs	14	3.12. lucrări practice	14
Distribuția fondului de timp de studiu individual					119
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					50
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					50
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					15
Tutoriat					
Examinări					4
Alte activități.....					
3.13. Total ore studiu individual					119
3.14. Total ore pe semestru (3.4 + 3.13)					175
3.15. Numărul de credite ECTS					7

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Parcursarea disciplinelor din domeniul de studiu
4.2. de competențe	Abilitatea de a căuta informații pe net, site-uri, cunoștințe Word, utilizare Google Meet, Google Classroom și Zoom

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Sală de curs cu cel puțin 50 de locuri dotată cu tablă, videoprojector 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	Sală de seminar cu cel puțin 25 de locuri dotată cu tablă, videoprojector și computer +

¹ Funcție de standardele specifice: DO-disciplină obligatorie, DA/DOP-disciplină la alegere/opțională, DF-disciplină facultativă

² Funcție de standardele specifice și ciclul de studii: pentru licență DF-disciplină fundamentală, DD-disciplină de domeniu, DS-disciplină de specialitate, DC-disciplină complementară, respectiv pentru masterat: DA-disciplină de aprofundare, DS - disciplină de sinteză

³ Curs, seminar, laborator, lucrări practice, proiect, practică

⁴ Idem 3

a lucrărilor practice	eșantioane didactice din colecția proprie Activitate online sincron/asincron: computer, conexiune internet, platforma G Suite for Education, prezentări PowerPoint, imagini și videoclipuri disponibile online.
-----------------------	--

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>C1: Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC), necesare pentru studiul proceselor de comunicare derulate în mediul online și care determină arhitectura noilor agende media privind tranziția digitală;</p> <p>C2: Identificarea particularităților utilizării specializate a diverselor strategii de PR și marketing online, în gestionarea trendurilor conversațiilor digitale, în e-media, blogosferă și social media;</p> <p>C3: Utilizarea tehnologiilor adecvate în realizarea și comunicarea profesionalizată a diverselor produse specifice relațiilor publice, cu respectarea dreptului publicului de a fi informat corect și cu intenția de a crea refectări autentice și responsabile ale problematicii de mediu;</p> <p>C4: Definirea conceptelor, teoriilor, paradigmatelor și metodologiilor utilizate în gestionarea agendelor publice privind tranziția ecoclimatică;</p> <p>C5: Utilizarea unor metode de cercetare pentru definirea problemelor de interes public și rezolvarea acestora prin proiectarea unor campanii de creșterea vizibilității în cadrul agendei setting național și globale a problematicii de mediu;</p> <p>C6: Identificarea și utilizarea unor indicatori relevanți pentru monitorizarea și evaluarea proceselor de comunicare asociate implementării unor noi strategii de PR dedicate temei tranziției ecoclimatice;</p> <p>C7: Elaborarea unui plan de comunicare eficientă în situații de criză, prin implicarea instrumentelor de marketing și relații publice adecvate managementului agendelor globale;</p>
Competențe transversale	<p>CT1: Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipă;</p> <p>CT2: Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii, cu precădere în contextul tranziției digitale;</p>

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

7.1. Obiectivul general al disciplinei	<p>O1. Familiarizarea studenților cu conceptele și limbajul specific teoriilor privind managementul agendelor setting în contextul globalizării digitale;</p> <p>O2. Dobândirea de abilități de gestionare a metodelor, tehnicilor, strategiilor de management al agendelor și discursurilor asupra tranziției digitale;</p>
7.2. Obiectivele specifice	<p>O1. Utilizarea adecvată a conceptelor specifice comunicării prin agende media globale;</p> <p>O2. Cunoașterea funcțiilor și principiilor relațiilor publice, precum și a dimensiunilor specifice managementului agendelor publice în chestiuni legate de problematica de mediu;</p> <p>O3. Cunoașterea și înțelegerea etapelor parcurse în elaborarea unei strategii de marketing digital, dedicate tranziției ecoclimatice;</p> <p>O4. Explicarea procesului de marketing organizațional din perspectivă dinamică;</p> <p>O5. Explicarea și interpretarea caracteristicilor domeniilor de aplicabilitate ale relațiilor publice și ale marketingului digital, pentru creșterea impactului discursurilor media asupra tranziției ecoclimatice;</p>

8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Nr. ore/Mod desfășurare ⁵
1. Introducere. Globalizare, tranziție ecoclimatică și noile provocări ale societăților informaționale	Prelegere	2 ore FF
2. De la teoriile hegemonilor media la noua etapă a mediului retoric. Definirea conceptelor cheie în managementul agendelor media.	Prelegere	2 ore FF
3. Etape și procese în crearea discursurilor și agendelor	Prelegere	2 ore FF

⁵ FF – față în față; OS – online sincron

dedicate tranziției digitale		
4.Uniunea Europeană și modele ale comunicării în elaborarea de strategii discursive pentru tranziția digitală	Prelegere	2 ore FF
5. Cultură, politici publice și discursuri în tranziția digitală. De la globalizare la vernacular în tranziția digitală;	Prelegere	2 ore FF
6.Strategii de management a agendei publice în era rețelelor sociale; Mobilizare, reputație și consens în social media.	Prelegere	2 ore FF
7. Imaginarul tehnologic și strategii de relații publice în discursurile despre tranziția digitală	Prelegere	2 ore FF
8.Studii de caz: Ecosisteme smart Learning și tranziția digitală. Erasmus plus	Prelegere	2 ore OS
9.Transformarea digitală. Efecte, limite, rezistențe și subculturi	Prelegere	2 ore OS
10.Trenduri și tendințe în strategiile de management ale agendelor publice	Prelegere	2 ore OS
11. Facilitatori ai tranziției digitale: educație, formare, infrastructuri	Prelegere	2 ore OS
12. Digital vs Green Transition	Prelegere	2 ore OS
13. Antreprenoriat, inovare și tranziție digitală. Modele de bună practică în comunicare	Prelegere	2 ore OS
14.Recapitulare	Prelegere	2 ore OS
Total ore 28		14 ore - FF 14 ore – OS
<p>Bibliografie obligatorie</p> <p>1.Durand, Aurelia, <i>Marketing and Globalization</i>, Routledge, London, 2019, titlu disponibil googlebooks. 2.Schlegelmilch, Bodo B., <i>Global Marketing Strategy</i>, Springer, Viena, 2022, titlu disponibil googlebooks. 3. Kotler, Philip, <i>Managementul marketingului</i>, Teora, București, 1997.</p> <p>Bibliografie recomandată</p> <p>1. Svante Andersson & Göran Svensson, eds. <i>Global Marketing: think globally and act locally</i>, Lund: Studentlitteratur, 2009. 2. Kotabe, Masaki and Helsen, Kristiaan, <i>Global Marketing Management</i>, John Wiley & Sons, 2004. 3. Philip Kotler & Keller, <i>Marketing Management</i>, 2005.</p>		
8.2. Lucrări practice	Metode de predare	Nr. ore/Mod desfășurare ⁶
1.Introducere. Globalizare, tranziție ecoclimatică și noile provocări ale societăților informaționale	Prelegere	2 ore FF
2.De la teoriile hegemonilor media la noua etapă a mediului retoric. Definirea conceptelor cheie în managementul agendelor media.	Prelegere	2 ore FF
3.Etape și procese în crearea discursurilor și agendelor dedicate tranziției digitale	Prelegere	2 ore FF
4.Uniunea Europeană și modele ale comunicării în elaborarea de strategii discursive pentru tranziția digitală	Prelegere	2 ore FF
5. Cultură, politici publice și discursuri în tranziția digitală. De la globalizare la vernacular în tranziția digitală;	Prelegere	2 ore FF
6.Strategii de management a agendei publice în era rețelelor sociale; Mobilizare, reputație și consens în social media.	Prelegere	2 ore FF
7. Imaginarul tehnologic și strategii de relații publice în discursurile despre tranziția digitală	Prelegere	2 ore FF
8.Studii de caz: Ecosisteme smart Learning și tranziția	Prelegere	2 ore OS

⁶ Idem 5

digitală. Erasmus plus		
9.Transformarea digitală. Efecte, limite, rezistențe și subculturi	Prelegere	3 ore OS
10.Trenduri și tendințe în strategiile de management ale agendelor publice	Prelegere	2 ore OS
11. Facilitatori ai tranziției digitale: educație, formare, infrastructuri	Prelegere	2 ore OS
12. Digital vs Green Transition	Prelegere	2 ore OS
13. Antreprenoriat, inovare și tranziție digitală. Modele de bună practică în comunicare	Prelegere	2 ore OS
14.Recapitulare	Prelegere	2 ore OS
Total activitate laborator 28 ore		FF 14 ore OS 14 ore

Bibliografie obligatorie

1. Lynda J. Roth, *Digital Transformation: An Executive Guide to Survive and Thrive in the New Economy*, Balboa Press, 2020, titlu disponibil googlebooks.
2. Antonella Petrillo, Fabio De Felice, Monica Violeta Achim, Nawazish Mirza, *Digital Transformation: Towards New Frontiers and Business Opportunities*, BoD – Books on Demand, 2022, titlu disponibil googlebooks.
3. Stefano Calicchio, *Biroul de presă digitală: Cum să generezi interes în media 2.0 și să gestionezi relațiile publice grație potențialului web-ului*, 2021.

Bibliografie recomandată

1. Erik Neveu, Muriel Surdez, *Globalizing Issues: How Claims, Frames, and Problems Cross Borders*, Springer Nature, 2020.
2. Andrew Jones, *Dictionary of Globalization*, Polity, 2006.
3. Andrew Jones, *Human Geography: The Basics*, Routledge, 2012.

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	Capacitatea de a dezvolta raționamente și de a utiliza adecvat aparatul conceptual	Activitate, participare la dezbateri	10%
10.5. Seminar/ Laborator/ Lucrări practice/ Proiect	Capacitatea de a dezvolta raționamente și de a utiliza adecvat aparatul conceptual	Activitate, participare la dezbateri	50%
10.6. Evaluare finală	Examen final		40%
10.7. Modalitatea de notare (calificativ sau notă): Notă			
10.8. Cunoașterea elementelor fundamentale de teorie, și practică comunicațională în relațiile publice.			

Data completării
septembrie 2024

Semnătura titularului
de curs

**Conf.univ.dr. Gabriel
Manu**

Semnătura titularului de lucrări
practice
Conf.univ.dr. Gabriel
Manu

Data avizării în departament
septembrie 2024

Semnătura directorului de
departament
lect.univ.dr. Flavius Alexandru
Pană