

**FIȘA DISCIPLINEI**  
**\*\*\* STRATEGII DE COMUNICARE EFICIENTĂ ÎN RELAȚII PUBLICE**  
**STRATEGIES OF Efficient Communication in Public Relations \*\*\***  
**2022 – 2023**

**1. Date despre program**

1.1. Instituția de învățământ superior	<b>Universitatea Ecologică din București</b>
1.2. Facultatea	<b>Facultatea de Științele Comunicării</b>
1.3. Departamentul	<b>Departamentul de Științele Comunicării</b>
1.4. Domeniul de studii	<b>Comunicare și relații publice</b>
1.5. Ciclul de studii (Licență/Masterat)	<b>Licență</b>
1.6. Programul de studii	<b>Comunicare și relații publice</b>
1.7. Limba de studiu	<b>Română</b>
1.8. Forma de învățământ (IF/IFR)	<b>IF</b>

**2. Date despre disciplină**

2.1. Denumirea disciplinei		Introducere în relațiile publice			
2.2. Titularul activității de curs		<b>Prof. dr. Odette Arhip</b>		Email (adresa instituțională): arodette@ueb.education	
2.3. Titularul activității de lucrări practice		<b>Prof. dr. Odette Arhip</b>		Email (adresa instituțională): <b>arodette@ueb.education</b>	
2.4. Anul de studiu	<b>III</b>	2.5. Semestrul	<b>5</b>	2.6. Codul disciplinei	<b>SSSC203538 DS</b>
2.7. Tipul de evaluare	<b>E</b>	2.8. Regimul/categoria disciplinei <sup>1</sup>	<b>DF</b>	2.9. Tipul disciplinei <sup>2</sup>	Obligatorie

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

3.1. Număr de ore pe săptămână <sup>3</sup>	<b>4</b>	din care: 3.2. curs	<b>2</b>	3.3. lucrări practice/ seminar	<b>2</b>
3.4. Total ore din planul de învățământ <sup>4</sup>	<b>56</b>	din care: 3.5. curs	<b>28</b>	3.6. lucrări practice	<b>28</b>
3.7. Total ore față în față / sem.	<b>28</b>	din care: 3.8. curs	<b>14</b>	3.9. lucrări practice	<b>14</b>
3.10. Total ore online sincron / sem.	<b>28</b>	din care: 3.11. curs	<b>7</b>	3.12. lucrări practice	<b>7</b>
<b>Distribuția fondului de timp de studiu individual</b>					<b>69</b>
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					<b>28</b>
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					<b>16</b>
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					<b>16</b>
Tutoriat					<b>4</b>
Examinări					<b>6</b>
Alte activități.....					
<b>3.13. Total ore studiu individual</b>					<b>69</b>
<b>3.14. Total ore pe semestru (3.4 + 3.13)</b>					<b>125</b>
3.15. Numărul de credite ECTS					<b>5</b>

**4. Precondiții (acolo unde este cazul)**

4.1. de curriculum	<b>Tehnica discursului; Strategii și tehnici în PR</b>
4.2. de competențe	Abilitatea de a căuta informații pe net, site-uri, cunoștințe Word, utilizare Google Meet, Google Classroom și Zoom

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

<sup>2</sup> 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

<sup>3</sup> Curs, seminar, laborator, lucrări practice, proiect, practică

<sup>4</sup> Idem 3

## 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	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 lucrărilor practice	Sală de seminar cu cel puțin 25 de locuri dotată cu tablă, videoproiector și computer + 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	<ul style="list-style-type: none"><li>- Operarea cu aparatul conceptual fundamental specific domeniului comunicării</li><li>- Capacitatea de a proiecta și de a derula strategii de comunicare în domeniul relațiilor publice</li><li>- Culegerea de date și de informații din diverse surse informative</li><li>- Analiza și interpretarea datelor datelor din punct de vedere calitativ și cantitativ</li><li>- Dezvoltarea și implementarea ideilor creative</li></ul>
Competențe	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	<ul style="list-style-type: none"><li>- 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</li></ul>

## 8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Nr. ore/Mod desfășurare <sup>5</sup>
1. Ascultarea eficientă	Prelegere	2 ore FF
2. Caracterizarea generală a conflictului și clasificare conflictului	Prelegere	2 ore FF
3. Tactici folosite în conflict în medii tradiționale și în cele online	Prelegere	2 ore FF
4. Comunicarea în cadrul grupului	Prelegere	2 ore FF
5. Aspecte legate de conceptual de leadership	Prelegere	2 ore - FF
6. Comunicare prin interacțiune	Prelegere	2 ore - FF
7. Team teaching și team building	Prelegere	2 ore - FF
8. Metode de optimizare a relaționării	Prelegere	2 ore - OS

<sup>5</sup> FF – față în față; OS – online sincron

9.Feedback, canal și context de comunicare în mediul online	Prelegere	2 ore - OS
10.Mesajul – elemental cheie al comunicării	Prelegere	2 ore - OS
11.Paralimbajul	Prelegere	2 ore - OS
12Teoria haosului	Prelegere	2 ore - OS
13. Coeziune și devianță	Prelegere	2 ore - OS
14. Gândirea de grup	Prelegere	2 ore - OS
Total ore 28		14 ore - FF 14 ore – OS

#### **Bibliografie obligatorie**

Arhip Odette, suport de curs – biblioteca electronică UEB

Arhip, Odette, *Retorica identității naționale*, Iași, Junimea, 2009

Mucchielli, Alex, *Arta de a manipula*, Iași, Polirom, 2015

#### **Bibliografie recomandată**

Bachnik, Katarzyna, Robert Nowacki How to Build Consumer Trust: Socially Responsible or

Chelcea, Septimiu, *Psihologie aplicată. Publicitatea*, Iași, Editura Polirom, 2016

Chelcea, Septimiu, *Emoții sociale. Despre rușine, vinovăție, regret și dezamăgire*, București, Editura Tritonic, 2020

Controversial Advertising. Sustainability, 10, 2173, 2018

Pânișoară Ovidiu, *Comunicarea eficientă*, Iași, Polirom, 2004

Cabin, Philippe, Dortier, Jean-Fr., *Comunicarea. Perspective actuale*, 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, *Influență, persuasiune, motivare*, București, Editura Humanitas, 2015.

Marconi Joe, *Ghid practic de relații publice*, Iași, Editura Polirom, 2018

XXX, *Sociologia luxului*, volum coordonat de Marian Petcu, Editura Tritonic, București, 2015

<b>8.2. Laborator</b>	<b>Metode de predare</b>	Nr. ore/Mod desfășurare <sup>6</sup>
1.Prezentarea informative eficientă	Dezbateri și analiză	2 ore - FF
2. Blocaje emoționale în epoca digitalizării	Dezbateri și analiză	2 ore - FF
3. Principii și funcții ale comunicării. Competență și performanță lingvistică și de comunicare	Dezbateri și analiză	2 ore - FF
4. Influență și persuasiune în comunicare	Dezbateri și analiză	2 ore - FF
5. Măsurarea legăturilor în rețelele sociale tipice	Dezbateri și analiză	2 ore - FF
6. Teoria similarității și intercomunicarea	Dezbateri și analiză	2 ore - FF
7. Axa staticului și a dinamicului în comunicarea nonverbală	Dezbateri și analiză	2 ore - FF
8. Disponibilitate euristică, efectului falsului consens, efectul însuflețirii, teoria perseverenței	Dezbateri și analiză	2 ore - OS

<sup>6</sup> Idem 5

9. Interpretarea reacțiilor la mesaj	Dezbateri și analiză	2 ore - OS
10. Strategii de provocare și de stimulare a conflictului; strategii de prevenire a conflictului	Dezbateri și analiză	2 ore - OS
11. Tipuri de echipe de negociere.	Dezbateri și analiză	2 ore - OS
12. Strategii de mediere; fazele negocierii	Dezbateri și analiză	2 ore - OS
13. Normele de grup și conformarea membrilor	Dezbateri și analiză	2 ore - OS
14. Comportament în era digitală; conceptul de normă, manipularea normelor	Dezbateri și analiză	2 ore - OS
Total activitate laborator 28 ore		FF - 14 ore OS - 14 ore
<p><b>Bibliografie obligatorie</b>  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><b>Bibliografie recomandată</b>  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	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  
12.09.2022

Semnătura titularului  
de curs  
prof. dr. Odette Arhip

Semnătura titularului de lucrări  
practice  
Prof. dr. Odette Arhip

Data avizării în departament  
14.09.2022

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