



## FIȘA DISCIPLINEI (licență)

### 1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea „Vasile Alecsandri” din Bacău
1.2. Facultatea	Facultatea de Inginerie
1.3. Departamentul	Departamentul de Energetică și Știința Calculatoarelor (ESC)
1.4. Domeniul de studii	Calculatoare și tehnologia informației
1.5. Ciclul de studii	Studii universitare de licență
1.6. Programul de studii/calificarea	Tehnologia informației
1.7. Forma de învățământ	Învățământ cu frecvență

### 2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Comunicare				
2.2. Titularul activităților de curs	Lect. Univ. Dr. Paul-Claudiu Cofîrleț				
2.3. Titularul activităților de seminar	Lect. Univ. Dr. Paul-Claudiu Cofîrleț				
2.4. Anul de studiu	I	2.5. Semestrul	I	2.6. Tipul de evaluare	C
2.7. Regimul disciplinei	Categorია formativă a disciplinei DF - fundamentală, DD - în domeniu, DS - de specialitate, DC - complementară				DC
	Categorია de opționalitate a disciplinei: DO - obligatorie (impusă), DA - opțională (la alegere), DL - facultativă (liber aleasă)				DO

### 3. Timpul total estimat (ore alocate activităților didactice)

3.1. Număr de ore pe săptămână	2	3.2. Curs	1	3.3. Seminar/Laborator/Proiect	1
3.4. Totalul de ore pe semestru din planul de învățământ	28	3.5. Curs	14	3.6. Seminar/Laborator/Proiect	14

Distribuția fondului de timp pe semestru:	ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	12
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	5
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	7
Tutoriat	2
Examinări	2
Alte activități (precizați):	-

3.7. Total ore studiu individual	22
3.8. Total ore pe semestru	50
3.9. Numărul de credite	2

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

4.1. de curriculum	<ul style="list-style-type: none"><li>Noțiuni fundamentale de comunicare</li></ul>
4.2. de competențe	<ul style="list-style-type: none"><li></li></ul>

### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	• Sală dotată corespunzător: videoproiector, tablă magnetică etc.
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului/proiectului	• Sală dotată corespunzător activităților de lucru pe grupuri

## 6. Competențe specifice acumulate

6.1. Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării.</li> <li>• Descrierea tipurilor diferite de audiență/public implicate în comunicare.</li> <li>• Identificarea și utilizarea elementelor specifice de deontologie și de responsabilitate socială a celui ce lucrează în domeniul relațiilor publice.</li> </ul>
6.2. Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și a adaptării la cerințele pieței muncii.</li> </ul>

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asigurarea competențelor studentului de a cunoaște specificul comunicării publice.</li> </ul>
7.2. Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asigurarea competențelor studentului de a identifica categoriile de public și stabilirea mesajului optim pentru fiecare dintre acestea.</li> <li>• Asigurarea competențelor studentului de cunoaștere a termenilor specifici comunicării</li> <li>• Asigurarea competențelor studentului de a respecta deontologia specifică domeniului de comunicare profesională.</li> </ul>

## 8. Conținuturi

Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
Prezentarea structurii cursului, a modalității de examinare și a recomandărilor bibliografice. Terminologie specifică și delimitarea conceptelor.	2	Prelegere și exemple aplicate	
Sistemul media și al comunicării profesionale – analize și studii Segmente de public media – audiențe și consum de presă	2	prelegerea, dezbateră	Consultare bibliografie: 2 h min.
Mesaje și suporturi media diferite. Relația dintre comunicatori, presă și autorități – Legea 544/2001	2	prelegerea, dezbateră	Consultare bibliografie: 2 h min.
Comunicatul de presă – etape de realizare, difuzare, tipologii	2	prelegerea, dezbateră	Consultare bibliografie: 2 h min.
Conferința de presă – etapele de realizare, difuzare, tipologii etc.	2	prelegerea, dezbateră	Consultare bibliografie: 2 h min.
Comunicarea de criză. Comunicarea de PR.	2	prelegerea, dezbateră	Consultare bibliografie: 2 h min.
Dosarul de presă și revista presei – structură, rol.	2	prelegerea, dezbateră	Consultare bibliografie: 2 h min.
<b>Bibliografie</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Abric, Jean-Claude, Psihologia comunicării, Iași, Polirom, 2002.</li> <li>• Coman, Cristina, Comunicarea de criză. Tehnici și strategii. Iași, Polirom, 2009.</li> <li>• Coman, Cristina, Relații publice – principii și strategii. Iași, Polirom, 2001.</li> <li>• Coman, Cristina, Relații publice și mass-media, Iași, Polirom, 2004.</li> <li>• Coman, Mihai, Mass-media în România post-comunistă, Iași, Polirom, 2003.</li> <li>• Prutianu, Ștefan, Antrenamentul abilităților de comunicare, Iași, Polirom, 2005.</li> <li>• Rogojinaru Adela, Relații publice – fundamente interdisciplinare, București, Tritonic, 2010.</li> </ul>			

**Bibliografie minimală**

Coman, Mihai. Introducere în sistemul mass-media, Iași, Polirom, 2007.

David, George. Tehnici de relații publice, Comunicarea cu mass-media, Iași, Polirom, 2008.

Seminar	Nr. ore	Metode de predare	Observații
Prezentarea structurii seminarului, a modalităților de examinare și a recomandărilor bibliografice.	2	Exemple aplicate.	Pentru seminarul următor, studenții vor trebui să își aleagă o campanie de comunicare și să identifice publicul-țintă căruia i s-a adresat respectiva campanie. Timp de lucru: 3h
Campanii de PR. Alegerea targetului.	2	Exemple. Analiză	Pentru seminarul următor, studenții vor trebui să își aleagă câte o campanie de comunicare și să identifice suporturile media utilizate în respectiva campanie. Timp de lucru: 3,5 h
Alegerea suporturilor media în campaniile de comunicare	2	Exemple. Analiză	Pentru seminarul următor, studenții vor trebui să își aleagă câte o campanie de comunicare pe care să o prezinte și să o analizeze. Studenții pot lucra în echipe de câte două persoane. Timp de lucru: 15 ore
Prezentare campanii de comunicare	2	Prezentarea proiectelor. Discuții pe marginea acestora.	
Prezentare campanii de comunicare	2	Prezentarea proiectelor. Discuții pe marginea acestora.	
Prezentare campanii de comunicare	2	Prezentarea proiectelor. Discuții pe marginea acestora.	
Prezentare campanii de comunicare	2	Prezentarea proiectelor. Discuții pe marginea acestora.	
<b>Bibliografie</b>			
www.pr-romania.ro www.comunicatemedi.ro www.wall-street.ro			

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

Conținuturile disciplinei sunt în concordanță cu standardele RNCIS.

**10. Evaluare**

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs	Probarea însușirii unui minimum de cunoștințe predate la curs	<b>oral</b>	<b>50%</b>
10.5. Seminar/laborator/proiect	Prezentarea temei de seminar	<b>oral</b>	<b>50%</b>
10.6. Standard minim de performanță			

Obținerea a 0.5 puncte la colocviu în condițiile în care studentul are punctaj maxim la seminar.

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar
10.09.2021	<b>Lect.Univ.Dr. Cotirlet Paul-Claudiu</b>	<b>Lect.Univ.Dr. Cotirlet Paul-Claudiu</b>

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament
23.09.2021	Prof. univ. dr. ing. George CULEA

Data aprobării în Consiliul Facultății	Semnătura decanului
27.09.2021	<b>Conf. univ. dr. ing. Panaite Lehăduș Mirela</b>