

## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

Instituția de învățământ superior	Universitatea „Ștefan cel Mare” din Suceava
Facultatea	Facultatea de Litere și Științe ale Comunicării
Departamentul	Limba și literatura română și științele comunicării
Domeniul de studii	Științe ale comunicării
Ciclul de studii	Licență
Programul de studii/calificarea	Comunicare și relații publice

### 2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	Strategii persuasive în comunicare și relații publice				
Titularul activităților de curs	Lector. asociat dr. Antoniu FLANDORFER				
Titularul activităților de seminar	Lector. asociat dr. Antoniu FLANDORFER				
Anul de studiu	II	Semestrul	3	Tipul de evaluare	Colocviu
Regimul disciplinei	Categorია formativă a disciplinei DF - fundamentală, DD - în domeniu, DS - de specialitate, DC - complementară				DS
	Categorია de opționalitate a disciplinei: DO - obligatorie (impusă), DA - opțională (la alegere), DL - facultativă (liber aleasă)				DA

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

I.a. Număr de ore pe săptămână	2	Curs	1	Seminar	1	Laborator		Proiect	
I.b. Totalul de ore din planul de învățământ	22	Curs	14	Seminar	10	Laborator		Proiect	

II. Distribuția fondului de timp	Ore
II.a. Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	15
II.b. Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	13
II.c. Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	15
II.d. Tutoriat	2
III. Examinări	2
IV. Alte activități	

Total ore studiu individual II+III+IV	45
Total ore pe semestru I+II+III+IV	75
Numărul de credite	3

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

Curriculum	Fundamente ale relațiilor publice
Competențe	<ul style="list-style-type: none"> <li>realizarea de conexiuni între rezultatele cunoașterii fenomenului relaționist;</li> <li>argumentarea enunțurilor făcute în legătură cu geneza, structura și funcționarea mecanismelor specifice relațiilor publice;</li> <li>analiza și sinteza, generalizarea, concretizarea tuturor aspectelor studiate teoretic și practic referitor la relațiile publice.</li> </ul>

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

Desfășurare a cursului	Sală de curs cu videoproiector, acces Internet
Desfășurare aplicații	Seminar Sală de seminar cu videoproiector, acces Internet

### 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	C2 Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC); C3 Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în procesul de relații publice; C4 Realizarea și promovarea unui produs de relații publice; C5 Asistență de specialitate în gestionarea comunicării de criză și/sau în medierea conflictelor de comunicare;
Competențe transversale	CT1 Rezolvarea în mod realist - cu argumentare atât teoretică, cât și practică - a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora; CT2 Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice;

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

Obiectivul general al disciplinei		<ul style="list-style-type: none"> <li>însușirea de către studenți a conceptelor fundamentale din domeniul RP, pentru a sprijini practicarea meseriei de specialist în relații publice.</li> </ul>
Obiectivele specifice	Curs	<ul style="list-style-type: none"> <li>redarea de cunoștințe teoretice și conturarea abilităților practice în domeniul relațiilor publice.</li> </ul>
	Seminar	<ul style="list-style-type: none"> <li>conceperea, organizarea/gestionarea și aplicarea unor activități de relații publice, precum și înțelegerea scopurilor majore ale utilizării tehnicilor și strategiilor persuasive în domeniul relațiilor publice.</li> </ul>

8. **Conținuturi**

Curs:	Nr. ore	Metode de predare	Obs
1. Strategia în comunicare și relațiile publice – definiții, <i>patternuri</i> funcționale	2	– Prelegeri pe baza suportului de curs și a bibliografiei aferente;  – Expuneri libere cu analize pe material tipărit și audio-vizual	
2. Modele sistemice în cadrul relațiilor publice	2		
3. Modelările persuasiunii Grunig-Hunt	2		
4. Intracomunicarea, intercomunicarea, transcomunicarea organizațională și intersistemică în RP	2		
5. Etica comunicării organizaționale în relații publice: persuasiune vs. manipulare	2		
6. Strategiile verbale/ paralimbaj în persuadarea subliminală. Programarea neuro-lingvistică (NLP) în afaceri, relații publice, mass media	2		
Bibliografie			
Balaban, Delia-Cristina; RUS, Flaviu Călin (coord.), <i>PR Trend. Teorie și practică în publicitate și relații publice</i> , Editura Tritonic, București, 2007. Coman, Cristina, <i>Relațiile Publice și Mass-Media</i> , Ed. Polirom, Iași, 2000. Newsom, Doug, Turk Van Slyke, Judy, Kruckeberg, Dean, <i>This is PR. The Realities of Public Relations</i> , seventh edition, Editura Wadsworth, Belmont, 2000. Pruteanu, Ștefan, <i>Comunicare și negociere în afaceri</i> , Editura Polirom, Iași, 1998. Pruteanu, Ștefan, <i>Manual de comunicare și negocieri</i> , Editura Polirom, Iași, 2002. Rene de Lassus, <i>Programarea neurolingvistică și arta comunicării</i> , Editura Teora, București, 2005. Roventă-Frumușani D., <i>Argumentarea. Modele și strategii</i> , Editura All, București, 2000. Rus, Flaviu Călin, <i>Relațiile Publice și Publicitatea</i> , Editura Institutul European, Iași, 2004. Shelle, Rose Charvet, <i>Cuvinte care schimbă minți</i> , Editura Amaltea, 2006. Șerb, Stancu, <i>Relațiile Publice și Comunicarea</i> , Editura Teora, București, 2000. Volkoff, V., <i>Dezinformarea, armă de război</i> , Editura Incitatus, București, 2007. Wilcox, Dennis L. et alii, <i>Relații publice: strategii și tactici</i> , Editura Curtea Veche Publishing, București, 2009. Wimkin, Y., <i>Comunicarea interpersonală: o abordare antropologică</i> , Editura Polirom, Iași, 2001.			
Bibliografie minimală Cismaru, Diana-Maria, <i>Comunicarea internă în organizații</i> , Editura Tritonic, București, 2008. Narița, Ionel, <i>Introducere în relații publice</i> , Editura de Vest, Timișoara, 2010. Newsom, Doug; Vanslyke Turk, Judy; Kruckeberg, Dean [2000], <i>Totul despre relațiile publice</i> , trad. rom., Editura Polirom, Iași, 2003. Oliver, Sandra [2001, 2007], <i>Strategii de relații publice</i> , Editura Polirom, Iași, 2009. Șerb, Stancu [1999], <i>Relații publice și comunicare</i> , Editura Teora, București, 2005.			

Aplicații (seminar/laborator/proiect):	Nr. ore	Metode de predare	Obs
1. Strategia în relațiile publice – definiții, funcționalitate, operaționalizări, feedback	2	– Aprofundarea și analiza elementelor, aspectelor și problemelor care privesc tehnicile și strategiile de relații publice; – Dezbateri interactive pe studii de caz	
2. Tehnici de persuadare/ manipulare aplicate în domeniul politic, economic, mass-media	2		
3. Analiza situațiilor specifice în funcție de tipologia comunicării în relațiile publice. Cadrul strategic organizațional al comunicării în RP	2		
4. Construirea mesajului eficient în intra/ inter/ transcomunicarea organizațională	2		
5. Paradigmele comunicării în era globalizării și post-COVID	2		

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

– Tematica selectată pentru prelegeri și aprofundare prin studiu individual va permite absolventului să presteze activități de consilier de imagine, purtător de cuvânt, specialist în comunicare inter- și intrainstituțională, mediator, strateg de campanii promoționale în

domeniul PR. Conținuturile propuse spre studiu și aprofundare au fost corelate și cu cele exigențele formativ-educative curpinse în standardele ocupaționale publicate de Asociația Națională pentru Calificări (<http://www.anc.edu.ro/>).


#### 10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Curs	– Cantitatea și calitatea cunoștințelor acumulate și relevanța științifică a acestora. – Coerența, claritatea și precizia expunerii ideilor în discurs.	Evaluare formativă: – observarea curentă a participării interactive a studenților	50 %
Seminar	– Capacitatea de a reține și comunica cunoștințe esențiale, de a face conexiuni interdisciplinare cu punerea în practică a cunoștințelor dobândite.	– Teste, chestionare, probe practice etc.	50 %

Standard minim de performanță:

**Standarde minime pentru nota 5:** însusirea principalelor noțiuni, idei, teorii; cunoașterea problemelor de bază din domeniu;

**Standarde minime pentru nota 10:** abilitati, cunostinte certe si profund argumentate; exemple analizate, comentate; mod personal de abordare si interpretare; capacitatea de a contextualiza cerințele subiectelor de examen și parcurgerea bibliografiei minimale recomandate; planificarea unei campanii eficiente de relații publice, urmând etapele consacrate și utilizând judicios strategiile și tacticile adecvate obiectivului urmărit și publicului vizat.

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului activității aplicative
24.10.2024		

Data avizării	Semnătura responsabilului de program
25.10.2024	

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament
26.10.2024	

Data aprobării în Consiliul academic	Semnătura decanului
27.10.2024	