

# FIȘA DISCIPLINEI<sup>1)</sup>

## 1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Petrol-Gaze din Ploiești
1.2. Facultatea	Litere și Științe
1.3. Departamentul	Științele educației
1.4. Domeniul de studii universitare	Științe administrative
1.5. Ciclu de studii universitare	Licență
1.6. Programul de studii universitare	Asistență Managerială Administrativă

## 2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Comunicare în sectorul public și în mediul de afaceri
2.2. Titularul activităților de curs	Lect. univ. dr. Dumitrescu Irina
2.3. Titularul activităților seminar/laborator	Lect. univ. dr. Dumitrescu Irina
2.4. Titularul activității proiect	-
2.5. Anul de studiu	III
2.6. Semestrul*	6
2.7. Tipul de evaluare	Examen
2.8. Categoria formativă** / regimul*** disciplinei	DD / A

\*numărul semestrului este conform planului de învățământ;

\*\*DF - Discipline fundamentale; DD - discipline de domeniu; DS - discipline de specialitate; DC - discipline complementare, DA - disciplina de aprofundare, DSI- disciplina de sinteza.

\*\*\*obligatorie = O; opțională = A; facultativă = L

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2. curs	2	3.3. Seminar/laborator	2/0	3.4. Proiect	-
3.5. Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.6. curs	28	3.7. Seminar/laborator	28/0	3.8. Proiect	-
3.9. Distribuția fondului de timp							ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe							10
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren							10
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri							12
Tutoriat							8
Examinări							2
Alte activități							2
3.10 Total ore studiu individual	44						
3.11. Total ore pe semestru	100						
3.12. Numărul de credite	4						

## 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	➤
4.2. de competențe	➤

<sup>1)</sup> Adaptare după Ordinul Ministrului educației, cercetării, tineretului și sportului nr. 5 703/2011 privind implementarea Codului național al calificărilor din învățământul superior, publicat în Monitorul Oficial al României, partea I, nr.880 bis / 13.XII.2011

## 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	➤ utilizarea tehnicilor multimedia (calculator, videoproiector, suport de curs în format electronic, exemplificări video).
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	➤ ➤

## 6. Competențe specifice acumulate

<b>Competențe profesionale</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Definirea conceptelor și identificarea căilor de acces către aparatul teoretic și metodologic specific comunicării. Familiarizarea cu unele metode de analiză proprii studiului interdisciplinar al științelor umaniste.</li> <li>➤ Aplicarea aparatului conceptual al procesului comunicațional în investigarea dinamicii relațiilor interumane, cu focusare pe noțiunile de bază specifice comunicării în sectorul public și în mediul de afaceri.</li> <li>➤ Descifrarea caracterului circular, dinamic, omniprezent și imprevizibil al comunicării, pornind de la triada verbal – paraverbal – nonverbal, cu însușirea pattern-urilor comunicării verbale și ajungând la investigarea și implementarea datelor specifice comunicării în sectorul public și în mediul de afaceri.</li> <li>➤ Înțelegerea și valorizarea optimă a infailibilității regulii celor cinci W: Who?, What?, When?, Where? și Why?, aplicabilă în orice comunicare din sectorul public și din mediul de afaceri.</li> <li>➤ Receptarea critică a complexității relației dezvoltate între instituția publică și cetățean, cu accent pe importanța conștientizării dimensiunii etice, prezentă atât la furnizorul de serviciu public, cât și la beneficiarul serviciului respectiv.</li> <li>➤ Descoperirea și înțelegerea fațetelor multiple ale relației instituției publice cu presa, precum și abordarea cuvenită a raportului imagine – cuvânt, dat fiind faptul că imaginea amplifică emoțiile într-un mod diferit și mult mai puternic decât o face textul.</li> <li>➤ Dezbateră dinamică la nivelul realizării și prezentării de referate sau eseuri argumentative care să propună perspective noi, originale, de interpretare a posibilității internetului de a constitui un panaceu democratic capabil să construiască singur un nou spațiu public.</li> </ul>
<b>Competențe transversale</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Suscitarea interesului pentru comunicare într-o eră a informației virtuale, printr-o raportare critic-creativă la diferite teorii și perspective de interpretare antice, moderne și contemporane, cu interpretarea acestor probleme într-o manieră originală.</li> <li>➤ Înțelegerea stilului și limbajului jurnalistic, construit și structurat pe modelul piramidei inversate, și parcurgerea pas cu pas a ABC-ului relațiilor publice.</li> <li>➤ Dobândirea abilității de a extrapola cunoștințele legate de complexitatea procesului comunicațional în viața de zi cu zi și ameliorarea raporturilor cu semenii.</li> <li>➤ Antrenarea spiritului critic prin încurajarea libertății de exprimare și susținerea ideilor prin argumente întemeiate, dezbaterile deschizând calea reconstrucțiilor permanente și provocând noi perspective de abordare.</li> <li>➤ Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă.</li> <li>➤ Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare.</li> </ul>

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	➤ Înțelegerea și însușirea de către studenți a aparatului conceptual propriu comunicării în sectorul public și în mediul de afaceri, cu focusarea pe permanenta dinamică a reprezentărilor sociale ce generează comportamente și practici acomodate la un context comunitar în plină transformare.
7.2. Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Formarea următoarelor competențe profesionale: Definirea conceptelor și identificarea căilor de acces către aparatul teoretic și metodologic specific comunicării. Investigarea relațiilor interumane. Descifrarea caracterului circular, dinamic, omniprezent și imprevizibil al comunicării. Receptarea critică a complexității relației dezvoltate între instituția publică și cetățean. Înțelegerea fațetelor multiple ale relației instituției publice cu presa. valorizarea optimă a infailibilității regulii celor cinci W, aplicabilă în orice comunicare publică</li> <li>➤ Formarea următoarelor competențe transversale: Suscitarea interesului studenților pentru comunicare, cu focusare pe înțelegerea și implementarea dimensiunii etice a relației dintre instituția publică și cetățean. Înțelegerea stilului și limbajului jurnalistic, construit și structurat pe modelul piramidei inversate. Încurajarea libertății de exprimare pentru o reconstrucție permanentă a valențelor relațiilor publice.</li> </ul>

## 8. Conținuturi

8.1. Curs	Nr.ore	Metode de predare	Observații
1.Introducere în teoria comunicării: descifrarea aparatului conceptual, structura, coordonatele și obiectivele comunicării.	2	Prelegerea, prelegerea dezbateri, discuție și dezbateri, problematizarea. Utilizarea tehnicilor multimedia (calculator + videoproiector, prezentare în powerpoint, cu exemplificări video).	
2.Tipuri de comunicare umană: similarități și elemente distinctive.	2		
3.Comunicare și limbaj: distincția limbă – limbaj, funcțiile limbajului, pattern-uri verbale.	2		
4.Comunicarea publică: precizări conceptuale, strategii de comunicare și efecte obținute.	2		
5.Comunicare și leadership: stiluri de conducere, roluri dezvoltate de membrii grupului, comportamentul individului în condițiile „prezenței celuilalt”.	2		
6.Reprezentările sociale și impactul lor asupra comunicării publice.	2		
7.Complexitatea relației dintre instituția publică și cetățean: dimensiunea etică – bază a acestei relații.	2		
8.Sistemul opiniei publice și mentalitatea, raportul atitudinii – opinii și persuadarea publicului țintă.	2		
9.Putere, influență și etică a comunicării în cadrul negocierilor din mediul de afaceri. Gafe interculturale în comunicare.	2		
10.Rolul comunicării verbale în prevenirea, aplanarea sau	2		

dezamorsarea conflictelor, varietatea culturală și schimbări de paradigmă a conversației.			
11. Relația cu presa: biroul de presă, categorii de public și importanța în conturarea imaginii instituției publice a campaniei PR.	2		
12. Comunicatul de presă: importanța titlului și lead-ului, corpul comunicatului, stilul și limbajul pe modelul piramidei inversate.	2		
13. Regula celor cinci W – regulă de organizare indispensabilă în comunicarea publică și în mediul de afaceri.	2		
14. Dosarul de presă. Informații publicabile la pachet. Conferința de presă.	2		
<b>Bibliografie</b> 1. Dumitrescu, Irina, <i>Comunicare în sectorul public și în mediul de afaceri</i> (suport de curs în format electronic), U.P.G. Ploiești, 2018. 2. Dumitrescu, Irina, <i>Perspectivă optimist-tragică asupra motivației muncii în România</i> , Editura Universității Petrol-Gaze din Ploiești, 2013. 3. Cabin, Ph., Dortier, J.-F., <i>Comunicarea</i> , Polirom, Iași, 2010. 4. Vasilescu, Gabriela, <i>Modalități de comunicare în instituțiile publice</i> , Editura Universității Petrol-Gaze din Ploiești, 2012. 5. Fox, Alan C., <i>Supertehnici de comunicare</i> , Curtea Veche Publishing, București, 2014. 6. Roth, Bernard, <i>Succesul ca mod de viață</i> , Editura Niculescu, București, 2016.			
<b>8.2. Seminar</b>	<b>Nr. ore</b>	<b>Metode de predare</b>	<b>Observații</b>
1. Schema de principiu a procesului de comunicare: modelul lui Shannon și Weaver – explicitarea aparatului conceptual.	4	Discuție liberă și dezbateri, problematizarea, realizarea de referate și eseuri argumentative.	
2. Comunicarea într-o societate informatizată: identificarea tipurilor de bază ale structurilor comunicaționale, cu accent pe modelul dominant al comunicării publice instituționalizate.	4		
3. Construirea reprezentărilor sociale și dinamica lor.	4		
4. Propaganda ca formă de comunicare și stadiile analizei propagandei.	4		
5. Persuasiunea și circulația socială a stereotipurilor. Ancorele persuasiunii.	4		
6. Identitate personală versus identitate socială. Puterea imaginii în mediul de afaceri.	4		
7. Lobby-ul și importanța lui în cadrul comunicării publice și în mediul de afaceri.	4		
<b>Bibliografie</b> 1. Dumitrescu, Irina, <i>Comunicare în sectorul public și în mediul de afaceri</i> (suport de curs în format electronic), U.P.G. Ploiești, 2018. 2. Dumitrescu, Irina, <i>Perspectivă optimist-tragică asupra motivației muncii în România</i> , Editura Universității Petrol-Gaze din Ploiești, 2013.			

3. Cabin, Ph., Dortier, J.-F., *Comunicarea*, Polirom, Iași, 2010.
4. Vasilescu, Gabriela, *Modalități de comunicare în instituțiile publice*, Editura Universității Petrol-Gaze din Ploiești, 2012.
5. Fox, Alan C., *Supertehnici de comunicare*, Curtea Veche Publishing, București, 2014.
6. Roth, Bernard, *Succesul ca mod de viață*, Editura Niculescu, București, 2016.

8.3. Proiect	Nr. ore	Metode de predare	Observații
-	-	-	-

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

- Cursul și seminarul sunt astfel concepute încât, prin competențele formate, să răspundă cerințelor pieței muncii, prin conturarea unei mentalități specifice deschisă spre nou și adaptabilă la schimbare.

## 10. Evaluare

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs	Calitatea răspunsurilor la verificare, coerența argumentării, calitatea corelațiilor.	Lucrare scrisă.	60 %
10.5. Seminar/laborator	Participarea la activitățile de seminar prin realizarea de referate și eseuri argumentative.	Aprecierea calității și coerenței argumentației.	20 %
	Participarea activă la dezbaterile de idei.	Aprecierea libertății de exprimare și a gândirii creative.	20 %
10.6. Proiect	-		
10.7. Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Cunoașterea specificului disciplinei, folosirea corectă a conceptelor și încadrarea într-un context mai general, cu stabilirea de corelații.</li> <li>➤ Cunoașterea principalelor elemente ce ilustrează relația dintre instituția publică și cetățean.</li> <li>➤ Însușirea regulii celor cinci W.</li> <li>➤ Cunoașterea fundamentelor negocierii în mediul de afaceri.</li> </ul>			

Data completării      Semnătura titularului de curs      Semnătura titularului de seminar/laborator      Semnătura titularului de proiect

20.09.2022

Data avizării în departament

28.09.2022

Director de departament  
Conf. univ. dr. Safta Cristina

Decan  
Prof. univ. dr. Suditu Mihaela