

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

Instituția de învățământ superior	Universitatea „Ștefan cel Mare” din Suceava
Facultatea	Facultatea de Istorie și Geografie
Departamentul	Departamentul Geografie
Domeniul de studii	Geografia Turismului
Ciclul de studii	Licență
Programul de studii	Geografia Turismului, IF

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei		Tehnici de comunicare			
Titularul activităților de seminar		Asistent doctorand Saul Pop			
Anul de studiu	II	Semestrul	4	Tipul de evaluare	C
Regimul disciplinei	Categorია formativă a disciplinei DF - fundamentală, DID - în domeniu, DS - de specialitate, DC - complementară				DC
	Categorია de opționalitate a disciplinei: DI - impusă, DO – opțională, DF - facultativă				DO

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

I.a) Număr de ore pe săptămână	2	Curs		Seminar	2	Laborator		Proiect	
I.b) Totalul de ore din planul de învățământ	28	Curs		Seminar	28	Laborator		Proiect	

II. Distribuția fondului de timp	Ore
II.a) Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	10
II.b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	5
II.c) Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	5
II.d) Tutoriat	
III. Examinări	2
IV. Alte activități	-

Total ore studiu individual – II (a+b+c+d)	20
Total ore pe semestru (I+II+III+IV)	50
Numărul de credite	2

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Curriculum	Nu este cazul.
Competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

Desfășurare a cursului	• Sală de curs cu videoprojector
------------------------	----------------------------------

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	CP3 - Prelucrarea datelor obținute în cadrul unor cercetări teoretice și analiza rezultatelor;
Competențe transversale	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	– Expunerea principalelor teorii, modele și practici privind comunicarea, cu accent pe eficacitatea și aplicabilitatea practică a conceptelor în mediile profesionale.
-----------------------------------	--

8. Conținuturi

Aplicații (seminar/laborator/proiect):	Nr. ore	Metode de predare	Obs
--	---------	-------------------	-----

1. Concepte introductive. Componente de bază în comunicare	2	Expunere și demonstrații practice. Analize și dezbateri	Studii au obligația de a parcurge bibliografia indicată.
2. Modelele comunicării. Strategii de discurs: Rhetorical Triangle, Monroe's Motivated Sequence și cei 7 C ai comunicării	2		
3. Axiomatica comunicării. Aplicabilitatea ideilor Școlii de la Palo Alto	2		
4. Comunicare și semiotică vizuală	2		
5. Comunicarea non-verbală	2		
6. De la idee la expunere. Tehnici eficiente de public speaking	2		
7. Comunicarea în era digitală. Impactul social media și instrumente utile	2		
8. Comunicarea pentru mase vs. comunicarea de nișă	2		
9. Promovarea prin comunicatele de presă. Strategii și tehnici	2		
10. Elemente introductive în marketing. Instrumente	2		
11. Comunicare antreprenorială și tehnici de negociere	2		
12. Campaniile de comunicare. Conceperea strategiilor. Tipuri de public	2		
13. Comunicarea de criză	2		
14. Reglementări și legislație aplicabilă în domeniul comunicării	2		

Bibliografie

BARAN, Stanley; Davis, Denis. K., *Mass Communication Theory*, Cengage Learning, Wadsworth, 2012
 COMAN, Cristina, *Relațiile publice. Principii și strategii*, Polirom, Iași, 2006
 CHELCEA, Septimiu, *Comunicarea non-verbală în spațiul public*, Tritonic, București, 2004
 FRUNZĂ, Sandu, *Comunicare etică și responsabilitate socială*, Tritonic, București, 2011
 MCPHAIL, Thomas, L., *Global Communication. Theories, Stakeholders, and Trends*, Blackwell Publishing, Oxford, 2006
 SOMERVILLE Ian, Wood Emma, *Business ethics, public relations and corporate social responsibility*, în Alison Theaker. *The public Relation Handbook*, Routledge, New York, 2004

Bibliografie minimală

COMAN, Cristina, *Relațiile publice. Principii și strategii*, Polirom, Iași, 2006
 CHELCEA, Septimiu, *Comunicarea non-verbală în spațiul public*, Tritonic, București, 2004
 FRUNZĂ, Sandu, *Comunicare etică și responsabilitate socială*, Tritonic, București, 2011

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 integreze în activitățile sale profesionale strategii de comunicare atât în mediul profesional de nișă, cât și comunicare de masă.

10. Evaluare

	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
	– Capacitatea de prelucrare a datelor obținute în cadrul unor cercetări teoretice și analiza rezultatelor; – Capacitatea de aplicare a tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice;	Colocviu	100 %

Standard minim de performanță:

Standarde minime pentru nota 5: însușirea principalelor noțiuni, idei, teorii; cunoașterea aspectelor de bază din domeniu;
 Standarde minime pentru nota 10: cunoștințe complexe, idei corect argumentate, capacitatea de a inova un produs practic pe baza conceptelor teoretice, parcurgerea bibliografiei.

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar
21.09.2022		Saul POP

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament
26.09.2022	Despina SAGHIN

Data aprobării în Consiliul academic	Semnătura decanului
26.09.2022	Florin PINTESCU