

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Politehnica Timișoara
1.2 Facultatea ¹ / Departamentul ²	Științe ale Comunicării / Comunicare și Limbi Străine
1.3 Domeniul de studii (denumire/cod ³)	Limbi moderne aplicate / 50 10 10 30
1.4 Ciclul de studii	Licență
1.5 Programul de studii (denumire/cod/calificarea)	Traducere și interpretare (engleză; franceză/germană) / 50 10 10 30 10

2. Date despre disciplină

2.1a Denumirea disciplinei/Categoria formativă ⁴	Introducere în social media / DC						
2.1b Denumirea disciplinei în limba engleză	Introduction to Social Media						
2.2 Titularul activităților de curs	Prof. dr. Vasile GHERHEȘ						
2.3 Titularul activităților aplicative ⁵	Prof. dr. Vasile GHERHEȘ						
2.4 Anul de studii ⁶	II	2.5 Semestrul	1	2.6 Tipul de evaluare	V	2.7 Regimul disciplinei ⁷	DOP

3. Timp total estimat - ore pe semestru: activități didactice directe (asistate integral sau asistate parțial) și activități de pregătire individuală (neasistate)⁸

3.1 Număr de ore asistate integral/săptămână	[3], format din:	3.2 ore curs	2	3.3 ore seminar	1
3.1* Număr total de ore asistate integral/sem.	[42], format din:	3.2* ore curs	28	3.3* ore seminar	14
3.4 Număr de ore asistate parțial/săptămână	[], format din:	3.5 ore practică		3.6 ore elaborare proiect de diplomă	
3.4* Număr total de ore asistate parțial/semestru	[], format din:	3.5* ore practică		3.6* ore elaborare proiect de diplomă	
3.7 Număr de ore activități neasistate/săptămână	[2,4], format din:	ore documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren			0,5
		ore studiu individual după manual, suport de curs, bibliografie și notițe			0,5
		ore pregătire seminarii/laboratoare, elaborare teme de casă și referate, portofolii și eseuri			1,4
3.7* Număr total de ore activități neasistate/semestru	[33], format din:	ore documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren			7
		ore studiu individual după manual, suport de curs, bibliografie și notițe			7
		ore pregătire seminarii/laboratoare, elaborare teme de casă și referate, portofolii și eseuri			19
3.8 Total ore/săptămână ⁹	5,4				
3.8* Total ore/semestru	75				
3.9 Număr de credite	3				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	•
4.2 de rezultatele învățării	•

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	• Sală mare; materiale suport: laptop, proiector, tablă
5.2 de desfășurare a activităților practice	• Laborator multimedia, conexiune internet

6. Rezultatele învățării la formarea cărora contribuie disciplina

Cunoștințe	CC1. Studentul/absolventul explică conceptele, metodele, tehnicile și principiile fundamentale pentru o comunicare optimă, inclusiv mediată tehnologic, într-un cadru profesional sau academic, în limba A
Abilități	AC1.1. Studentul/absolventul analizează un act de comunicare scris sau oral în limba A într-o anumită situație de comunicare profesională sau academică, identifică și interpretează adecvat chestiuni care pot afecta comunicarea, și găsește soluții viabile pentru îmbunătățirea și eficientizarea comunicării. AC1.2. Studentul/absolventul aplică conceptele, metodele, tehnicile și principiile fundamentale specifice comunicării pentru a comunica eficient și etic mesaje profesionale în scris sau oral, în limba A AC1.4. Studentul/absolventul efectuează activități colaborative și respectă angajamente în cadrul activităților desfășurate în contexte profesionale sau academice.
Responsabilitate și autonomie	RAC1.1. Studentul/absolventul valorifică principiile, tehnicile și strategiile de comunicare dobândite pentru a comunica eficient și etic într-un cadru profesional sau academic, în limba A, inclusiv în mediul online. RAC1.2. Studentul/absolventul dă dovadă de un comportament etic și integru în activitatea profesională sau academică. RAC1.3. Studentul/absolventul desfășoară în mod autonom și responsabil activități în contexte personale și profesionale.

7. Obiectivele disciplinei (asociate rezultatelor învățării de la punctul 6)

- Dezvoltarea capacității de înțelegere și utilizare a limbajului de specialitate în domeniul social media și a tehnicilor și metodelor specifice de construcție, analiză și evaluarea unei campanii pe platformele social media.

8. Conținuturi¹⁰

8.1 Curs	Număr de ore	Metode de predare ¹¹
Evoluția social media, caracteristici și impact	4	prelegere interactivă, explicații, exemplificări, brainstorming, studii de caz, analiză comparativă
Comunicarea digitală: New Media vs. Old Media	2	
Crearea și gestionarea conturilor profesionale	4	
Conținut digital și storytelling strategic	2	
Audiența și psihologia utilizatorilor în social media	4	
Marketing pe Facebook și Instagram	2	
YouTube, LinkedIn și platforme emergente	2	
Managementul reputației și comunicarea de criză	2	
Instrumente de analiză și măsurarea performanței	2	
Etică, tendințe și inovații în social media	4	
Bibliografie ¹²		
Barker, M. (2023). <i>Social media strategy: A practical guide to social media marketing and customer engagement</i> . Kogan Page Publishers.		
Buzoianu, C., Bîră, M., Răducu, R., & Stroe, L. (2022). <i>Branduri în conversații. Instrumente de monitorizare și analiză pentru relațiile publice online</i> . București: Editura Comunicare.ro.		
Cismaru, D.-M. (2015). <i>Managementul reputației în mediul online</i> . București: Tritonic.		
Gherheș, V. (2024). <i>Comunicare în sprijinul sustenabilității. Diagnoză, intervenție și experiență transformatoare într-un campus studentesc</i> . București: Tritonic.		
Gherheș, V., Cernicova-Buca, M., & Fărcașiu, M. A. (2023). Public Engagement with Romanian Government Social Media Accounts during the COVID-19 Pandemic. <i>International Journal of Environmental Research and Public Health</i> , 20(3), 2372. https://doi.org/10.3390/ijerph20032372		
Heggde, G. G., & Shainesh, G. (Eds.). (2018). <i>Social media marketing: Emerging concepts and applications</i> . Singapore: Palgrave Macmillan.		
Kelsey, T. (2017). <i>Introduction to social media marketing: A guide for absolute beginners</i> . Apress.		
Kotler, P., & Maesincee, S. (2009). <i>Marketingul în era digitală</i> . București: Meteor Press.		
Mallender, A. (2008). <i>Cum să scrii pentru multimedia. Tehnici de scriere interactivă. Rezumatul. Derularea. Scenariul</i> . Iași: Polirom.		
Milovan, A., & Dobre, C. (2019). <i>Marketing online și social media</i> . București: C.H. Beck.		
Gray, N., & Fox, M. (2018). <i>Social media marketing: Step-by-step instructions for advertising your business on Facebook, YouTube, Instagram, Twitter, Pinterest, LinkedIn and various other platforms</i> . CreateSpace Independent Publishing Platform.		
Smith, W. R. (2022). <i>Social media marketing: A comprehensive guide to setting up an effective social media marketing strategy</i> . IRA J. Smith Jr.		
8.2 Activități aplicative ¹³	Număr de ore	Metode de predare
Analiza prezenței organizațiilor în Social Media: comunicare și promovare	2	explicații, exemplificări, analiză comparativă, problematizare, studii de caz, brainstorming, activități în echipă, prezentări orale
Studii de caz: strategiile de comunicare ale profesioniștilor din domeniul traducere - interpretare	2	
Monitorizarea audienței și interpretarea datelor	2	
Campanii de promovare pe Facebook și Instagram	2	
Inițiere în utilizarea platformei Wordpress	2	
Crearea unui blog profesional de traduceri pe Wordpress	4	
Bibliografie ¹⁴		
Barker, M. (2023). <i>Social media strategy: A practical guide to social media marketing and customer engagement</i> . Kogan Page Publishers.		
Buzoianu, C., Bîră, M., Răducu, R., & Stroe, L. (2022). <i>Branduri în conversații. Instrumente de monitorizare și analiză pentru relațiile publice online</i> . București: Editura Comunicare.ro.		
Cismaru, D.-M. (2015). <i>Managementul reputației în mediul online</i> . București: Tritonic.		
Gherheș, V. (2024). <i>Comunicare în sprijinul sustenabilității. Diagnoză, intervenție și experiență transformatoare într-un campus studentesc</i> . București: Tritonic.		

Gherheș, V., Cernicova-Buca, M., & Fărcașiu, M. A. (2023). Public Engagement with Romanian Government Social Media Accounts during the COVID-19 Pandemic. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(3), 2372. <https://doi.org/10.3390/ijerph20032372>

Heggde, G. G., & Shainesh, G. (Eds.). (2018). *Social media marketing: Emerging concepts and applications*. Singapore: Palgrave Macmillan.

Kelsey, T. (2017). *Introduction to social media marketing: A guide for absolute beginners*. Apress.

Kotler, P., & Maesincee, S. (2009). *Marketingul în era digitală*. București: Meteor Press.

Mallender, A. (2008). *Cum să scrii pentru multimedia. Tehnici de scriere interactivă. Rezumatul. Derularea. Scenariul*. Iași: Polirom.

Milovan, A., & Dobre, C. (2019). *Marketing online și social media*. București: C.H. Beck.

Gray, N., & Fox, M. (2018). *Social media marketing: Step-by-step instructions for advertising your business on Facebook, YouTube, Instagram, Twitter, Pinterest, LinkedIn and various other platforms*. CreateSpace Independent Publishing Platform.

Smith, W. R. (2022). *Social media marketing: A comprehensive guide to setting up an effective social media marketing strategy*. IRA J. Smith Jr.

9. Evaluare

Tip activitate	9.1 Criterii de evaluare ¹⁵	9.2 Metode de evaluare	9.3 Pondere din nota finală
9.4 Curs	Gradul de însușire a noțiunilor teoretice predate și capacitatea de a le utiliza adecvat în aplicații	2 teste de verificare a cunoștințelor	50%
9.5 Activități aplicative	S: Calitatea activității la seminar (răspunsuri, lucrări independente și de grup efectuate în clasă, lucrări individuale efectuate acasă etc.); frecvența participării conform regulamentului UPT	Evaluare pe parcurs a activității de seminar	50%
9.6 Standard minim de performanță (se prezintă cunoștințele minim necesare pentru promovarea disciplinei și modul în care se verifică stăpânirea lor ¹⁷)			
- Explicarea noțiunilor de bază din social media. - Utilizarea adecvată a social media în comunicarea profesională.			

Data completării

18.09.2025

Titular de curs

Prof. dr. habil. Vasile GHERHEȘ

Titular activități aplicative

Prof. dr. habil. Vasile GHERHEȘ

Director de departament

Prof. dr. habil. Vasile GHERHEȘ

Data avizării în Consiliul Facultății¹⁸

25.11.2025

Decan

Prof. dr. habil. Daniel DEJICA-CARTÎȘ