

FIȘA DISCIPLINEI¹

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Politehnica Timișoara
1.2 Facultatea ² / Departamentul ³	Facultatea de Științe ale Comunicării
1.3 Catedra	—
1.4 Domeniul de studii (denumire/cod ⁴)	Științe ale Comunicării (40 30 10 60)
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii (denumire/cod)/Calificarea	Comunicare și relații publice (40 30 10 60 20)

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Strategii de persuasiune						
2.2 Titularul activităților de curs	Asist. dr. Cosmin Băiaș						
2.3 Titularul activităților aplicative ⁵	Asist. dr. Cosmin Băiaș						
2.4 Anul de studiu ⁶	III	2.5 Semestrul	2	2.6 Tipul de evaluare	D	2.7 Regimul disciplinei	S

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	2 , din care:	3.2 curs	1	3.3 seminar/laborator/ proiect/practică	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	28 , din care:	3.5 curs	14	3.6 activități aplicative	14
3.7 Distribuția fondului de timp pentru activități individuale asociate disciplinei					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					8
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					4
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					12
Tutoriat					3
Examinări					3
Alte activități					
Total ore activități individuale					30
3.8 Total ore pe semestru ⁷	58				
3.9 Numărul de credite	2				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	<ul style="list-style-type: none"> • Introducere în teoriile comunicării; • Retorică și argumentare;
-------------------	--

¹ Formularul corespunde Fișei Disciplinei promovată prin OMECTS 5703/18.12.2011 (Anexa3).

² Se înscrie numele facultății care gestionează programul de studiu căruia îi aparține disciplina.

³ Se înscrie numele departamentului căruia i-a fost încredințată susținerea disciplinei și de care aparține titularul cursului.

⁴ Se înscrie codul prevăzut în HG nr. 493/17.07.2013.

⁵ Prin activități aplicative se înțeleg activitățile de: seminar (S) / laborator (L) / proiect (P) / practică (Pr).

⁶ Anul de studii la care este prevăzută disciplina în planul de învățământ.

⁷ Se obține prin însumarea numărului de ore de la punctele 3.4 și 3.7.

	<ul style="list-style-type: none"> • Etica și deontologia comunicării.
4.2 de competențe	<ul style="list-style-type: none"> •

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none"> •
5.2 de desfășurare a activităților practice	<ul style="list-style-type: none"> •

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale ⁸	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • 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;

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizarea conceptelor, teoriilor și a metodologiei specifice în analiza strategiilor persuasive de comunicare.
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborarea unor proiecte de investigație și intervenție din domeniul strategiilor persuasive de comunicare; • Validarea evenimentelor, programelor și produselor de RP prin tehnici de evaluare specifice strategiilor persuasive; • Elaborarea unui proiect de comunicare persuasivă aplicând atât cunoștințe, teorii și metode de diagnoză și intervenție, cât și norme și principii de etică profesională. •

8. Conținuturi

8.1 Curs	Număr de ore	Metode de predare
1. Delimitări conceptuale: specificul strategiei persuasive	2	Expunere, exemplu, explicație, analiză comparativă
2. Modele de persuasiune cu caracter dual: modelul probabilității de elaborare și modelul euristic-sistematic	2	
3. Școala de la Yale și contribuția lui C.Hovland la studiul comunicării	2	

⁸ Aspectul competențelor profesionale și competențelor transversale va fi tratat cf. Metodologiei OMECTS 5703/18.12.2011. Se vor prelua competențele care sunt precizate în Registrul Național al Calificărilor din Învățământul Superior RNCIS (http://www.rncis.ro/portal/page?_pageid=117,70218&_dad=portal&_schema=PORTAL) pentru domeniul de studiu de la pct. 1.4 și programul de studii de la pct. 1.6 din această fișă, la care participă disciplina.

persuasive		
4. Strategii publicitare: modele persuasive specifice	2	
5. Teoria influenței sociale: psihologia persuasiunii la R. Cialdini	2	
6. Perspective semantice în analiza persuasiunii	2	
7. Perspective etice asupra persuasiunii	2	

Bibliografie⁹

1. Ficeac, B., *Tehnici de manipulare*, București, Nemira, 2001.
2. Foss, S.K., *Rhetorical Criticism: Exploration and Practice* (ed. a IV-a), Long Grove, Illinois, Waveland Press, 2009.
3. Larson, C., *Persuasiunea: Receptare și responsabilitate*, Iași, Editura Polirom, 2003.
4. Mucchielli, A., *Arta de a influența*, Iași, Polirom, 2002.
5. Wilcox, D. L., Cameron, G. T., Ault, P. H. și Agee, W. K., *Relații publice strategii și tactici*, București, Curtea Veche, 2009.

8.2 Activități aplicative ¹⁰	Număr de ore	Metode de predare
1. Analiza emițătorului mesajului persuasiv: credibilitatea sursei și caracteristicile specialistului de RP	2	Brainstorming, conversație,
2. Analiza mesajului persuasiv: structură și conținut	4	problematizare,
3. Analiza receptorului mesajului persuasiv	2	dezbateri, controversă
4. Evaluarea evenimentelor și produselor RP pe baza analizei semantice	2	creativă, analiză comparativă, studiu de caz, exerciții aplicative
5. Evaluarea produselor RP pe baza analizei semantice	2	
6. Evaluarea artefactelor din perspectiva eticii persuasiunii	2	
7.		
8.		
9.		

⁹ Cel puțin un titlu trebuie să aparțină colectivului disciplinei iar cel puțin 3 titluri trebuie să se refere la lucrări relevante pentru disciplină, de circulație națională și internațională, existente în biblioteca UPT.

¹⁰ Tipurile de activități aplicative sunt cele precizate în nota de subsol 5. Dacă disciplina conține mai multe tipuri de activități aplicative atunci ele se trec consecutiv în liniile tabelului de mai jos. Tipul activității se va înscrie într-o linie distinctă sub forma: „Seminar:”, „Laborator:”, „Proiect:” și/sau „Practică:”.

- Bibliografie¹¹
1. Ficeac, B., *Tehnici de manipulare*, București, Nemira, 2001.
 2. Foss K. S., *Rhetorical Criticism: Exploration and Practice* (ed. a IV-a), Long Grove, Illinois, Waveland Press, 2009.
 3. Gass, R. H. și Seiter, J. S., *Manual de persuasiune*. Iași, Polirom, 2009.
 4. Larson, C., *Persuasiunea: Receptare și responsabilitate*, Iași, Editura Polirom, 2003.
 5. Wilcox, D. L., Cameron, G. T., Ault, P. H. și Agee, W. K., *Relații publice strategii și tactici*, București, Curtea Veche, 2009.

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

- Dezvoltarea spiritului critic, a inițiativei individuale și în cadrul unei echipe de lucru prin intermediul unei planificări strategice și a unei metodologii specifice domeniului comunicării.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Cunoașterea noțiunilor și aspectelor fundamentale	Evaluare scrisă de tip grilă	50%
10.5 Activități aplicative	S: Lucrări în echipă și intervenții efectuate în clasă	Evaluare pe parcurs	50%
	L:		
	P:		
	Pr:		
10.6 Standard minim de performanță (volumul de cunoștințe minim necesar pentru promovarea disciplinei și modul în care se verifică stăpânirea lui)			
<ul style="list-style-type: none"> • Cunoașterea și operarea cu principalele concepte și teorii specifice; • Realizarea unui lucrări de seminar; • Obținerea punctajului minim necesar la evaluări. 			

Data completării

10.09.2014

Titular de curs

(semnătura)

.....

Titular activități aplicative

(semnătura)

.....

Director de departament

(semnătura)

.....

Data avizării în Consiliul Facultății¹²

27.10.2014

Decan

(semnătura)

.....

¹¹ Cel puțin un titlu trebuie să aparțină colectivului disciplinei.

¹² Avizarea este precedată de discutarea punctului de vedere al board-ului de care aparține programul de studiu cu privire la fișa disciplinei.