

Cuprins

Fișele disciplinelor din anul I	3
Comportamentul consumatorului	3
Comunicare interculturală	9
Conflict, negociere și tehnici decizionale	14
Informatică	20
Introducere în publicitate	24
Introducere în relațiile publice	31
Introducere în sistemul mass-media	37
Introducere în științele comunicării	43
Limba străină: Limba engleză I	49
Limba străină: Limba engleză II	54
Metode și tehnici de cercetare socială	60
Multimedia	66
Tehnici de redactare	71
Fișele disciplinelor din anul II	76
Comunicare interculturală	76
Deontologie profesională	81
Elaborarea unui produs de publicitate	87
etică și integritate academică	93
Relații publice sectoriale – instituțional	99
Limba străină: Limba engleză III	105
Limba străină: Limba engleză IV	110
Legislație în domeniul comunicării	115
Managementul relațiilor publice	122
Multimedia	129
Practică de specialitate	135
Relații publice sectoriale - economie	140
Rețele sociale	145
Fișele disciplinelor din anul III	150
Cercetare aplicată pentru lucrarea de licență	150
Comunicare internă	155
Elaborarea de produs de RP	160

Relații publice sectoriale – ONG.....	165
Gândire critică.....	170
Organizarea de evenimente	176
Redactarea materialelor de relații publice	182
Relații publice sectoriale - turism.....	188
Relații publice sectoriale - cultural.....	195
Relații publice sectoriale – social	199
Retorica	204
Semiotică	209

Fișele disciplinelor din anul I.

FIȘA DISCIPLINEI pentru anul universitar 2025/26

Aprobat prin decizia Consiliului
Facultății nr. 1013/10. 09. 2025

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Sapiientia din Cluj-Napoca
1.2. Facultatea/ DPPD	Facultatea de Științe Economice, Socio-Umane și Inginerești, Miercurea Ciuc
1.3. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.4. Ciclul de studii	Licență
1.5. Programul de studiu	Comunicare și relații publice
1.6. Calificarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.0. Departamentul				Departamentul de Științe Sociale			
2.1. Denumirea disciplinei				Comportamentul consumatorului			
2.2. Tipul activității				Asistat integral	Asistat parțial:		Neasistat
				-	-		-
2.3. Titularul disciplinei /Titularul cursului				Prof. univ. dr. Nistor Laura			
2.4. Titularul(ii) activităților de			seminar	Asist.univ. dr. Silló Ágota			
			laborator	-			
			proiect	-			
2.5. Anul de studiu	1	2.6. Semestrul	2	2.7. Forma de verificare	VP	2.8. Tipul disciplinei	DOP
2.9. Categoria formativă	DS	2.10 Categoria disciplinei	DS	2.11. Codul disciplinei	CBGP0271		

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	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	56	Din care: 3.5. curs	28	3.6. seminar	28

3.4.o Din care online	0	3.5.o. curs	0	3.6. o. seminar	0
-----------------------	---	-------------	---	-----------------	---

3.7. Numărul de puncte de credit conform planului de învățământ ¹	5
3.8. Total ore pe semestru	140
3.9. Total ore studiu individual	84
3.10. Distribuția fondului de timp pentru studiu individual:	ore
a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	27
b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	25
c) Pregătire seminarii, teme	27
d) Tutoriat	3
e) Examinări	2
f) Alte activități:	-

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	
4.2. de competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului	Sală de curs prevăzută cu tehnică digitală.
5.2. De desfășurare a seminarului	Sală de seminar prevăzută cu tehnică digitală

6. Rezultate ale învățării

Cunoștințe	Studentul/absolventul: C.2.4. identifică elementele care joacă un rol în procesul de formare a opiniei publice, prin care percepțiile și opiniile față de o chestiune în discuție publică sunt formate și întărite, cum ar fi cadrajul informațiilor, tendințele și interesele publicului, procesele psihice și conformismul. C.4.3. diferențiază între tipuri de narațiuni, tipuri de raționamente, elemente de logică, teoria argumentării și retorică sau discurs public pentru a clasifica perspective diferite, respectiv evalua argumente în contextul comunicării profesionale.
Aptitudini	A.2.3. adaptează mesajele la diverse situații și categorii sau segmente de public în contextul comunicării profesionale. A.4.4. interpretează valorile și mesajele ideologice și culturale încorporate în produsele media

¹ 1 credit este corespunzător cu 28 ore de studiu

Responsabilitate și autonomie	R.2.1. evaluează caracteristicile reprezentării în mass-media și platformele digitale a unei teme, unei persoane, unui grup sau unei categorii sociale; R.4.3. analizează critic evenimentele curente în politică, economie, comunitățile sociale, sectoarele culturale, pe plan internațional și în sport, precum și tendințele culturale populare, cum ar fi cultura pop și argoul cultural și social și mesaje publice ale persoanele de pe rețelele de socializare / platformele digitale
--------------------------------------	---

7. Obiectivele disciplinei

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Cunoașterea și înțelegerea diferitelor teorii și paradigme ale consumului. Recunoașterea formelor de consum alternativ. Înțelegerea diferențelor dintre hiperconsum, consumerism și consum sustenabil și a fenomenelor asociate devenirii consumului sustenabil, de ex., rolul modernității reflexive, rolul crizei ecologice, rolul healthismului. Formarea competenței privind recunoașterea formelor de comunicare specifice diferitelor culturi de consum.
7.2. Obiectivele specifice	Capacitatea de a interpreta în mod critic diferite teorii ale consumului. Explicarea relației dintre postmodernism, modernitate reflexivă și consum sustenabil. Capacitatea de a recunoaște și a analiza critic forme de comunicare din domeniul consumului, de ex. influencer-marketingul, discursul comunităților alternative de consum etc. Dezvoltarea capacității de a analiza critic date cantitative și calitative cu privire la diverse forme de consum. Dezvoltarea abilităților de redactare a proiectelor pe tema consumului.

8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Fond de timp alocat/Observații
1. Conceptul de societate și conceptul de consum. Discuții introductive cu privire la teorii relevante.	Prelegere frontală, explicații, discuții.	2 ore
2. Conceptul de comportament de consum.	Prelegere frontală pe bază de ppt, explicații, discuții interactive, debate.	2 ore
3. Teorii clasice: consumul ostentativ și explicații elitiste ale consumului (Veblen, Bourdieu).	Prelegere frontală pe bază de ppt, explicații, discuții.	2 ore
4. Consumul simbolic: Baudrillard	Prelegere frontală pe bază de ppt, explicații, discuții.	2 ore
5. Producție de masă și societate de consum. Modernitatea lichidă a lui Bauman. Teorii tip trickle across.	Prelegere frontală pe bază de ppt, explicații, discuții.	2 ore
6. Consumul sustenabil ca modernitate reflexivă, etică și responsabilitatea socială.	Prelegere frontală pe bază de ppt, explicații, discuții.	2 ore
7. Tipuri de consum sustenabil: slow food, slow fashion și minimalism.	Prelegere frontală pe bază de ppt, vizualizare de materiale video, explicații, discuții.	2 ore

8. Conceptul de modă și difuzia de modă din perspectiva teoriilor deja discutate.	Prelegere frontală pe bază de ppt, explicații, discuții.	2 ore
9. Fast fashion și slow fashion.	Prelegere frontală pe bază de ppt, vizualizare de materiale video, explicații, discuții.	2 ore
10. Conceptul de involvement și tipuri de involvement în consum.	Prelegere frontală pe bază de ppt, explicații, discuții.	2 ore
11. Tipuri de comportamente de cumpărare	Prelegere frontală pe bază de ppt, explicații, discuții.	2 ore
12. Schimbarea comportamentului de consum în era digitală: word of mouth și influencer marketingul.	Prelegere frontală pe bază de ppt, vizualizare de materiale video, explicații, discuții.	2 ore
13. Rezumarea temelor discutate.	Discuții interactive	2 ore
14. Curs rezervat unui invitat (stakeholder din domeniul brandingului).	Prelegere frontală, discuții interactive.	2 ore

Bibliografie:

Nistor, L. *Bevezető tankönyv a fogyasztói magatartásba*. (Curs introductiv în comportamentul consumatorului). Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca, 2023, 136 pagini
<http://editura.ubbcluj.ro/www/ro/ebook2.php?id=3940>

Becker, Gy. et al. *Termékélmény*. (Senzațiile produselor). Budapest: Ed. Akadémiai., 2016, paginile: 4-17, 32-57, 67-96.

Hofmeister –Tóth, Á. *A fogyasztói magatartás alapjai* (Bazele comportamentului consumatorului) Budapest: Akadémiai Kiadó., 2017, paginile: 4-27, 32-75, 85-109.

Hetesi Erzsébet. *A fogyasztás szociológiája*. (Sociologia consumului) In Czagány László, Garai László: *A szociális identitás, az információ és piac*. Szeged: JATEPress, 2004, (<http://www.eco.u-szeged.hu/kutatas-tudomany/tudomanyos-kozlemenyek/a-szocialis-identitas-az-informacio-es-a-piac>)

Keszeg, A. Az „instagramolható divat” fogalma és jelenségei. (Conceptul și fenomenele modei instagramabile). *Apertúra*, 2020 <https://www.apertura.hu/2020/nyar/keszeg-az-instagramolhato-divat-fogalma-es-jelensegei/>

Nistor, L. *Fashion: A Phenomenon of Consumption and Communication*. Cluj: Presa Universitară Clujeană. 2020, paginile: 5-17, 20-32, 71-100.

Nistor, L. A funkcionális bevásárlószatyor mint szimbolikus divattárgy (Coțul textil ca obiect de modă funcțional). *Me.dok*, 2024, 1: 69-84. https://medok.ro/multisite_storage/medok/app/media/2024-1/2024_1_CS4-kis.pdf

Töröcsik, M., Szűcs, K. *Fogyasztói magatartás. Mintázatok, trendek, alkalmazkodás*. (Comportamentul consumatorului: Patternuri, tendințe, adaptare). Budapest: Akadémiai Kiadó, 2022, paginile: 7-19, 27-35, 56-79.

8.2. Seminar	Metode de predare	Fond de timp alocat/Observații
1. Prezentarea cerințelor în vederea redactării prezentărilor. Studenții redactează câte o prezentare individuală pe o temă aleasă din subiectele de seminar pe care le prezintă la seminar.	Explicare, discuții interactive.	2 ore
2. Consumul ostentativ și consumul simbolic.	Munca individuală, discuții interactive, exemplificare, debate.	2 ore
3. Prezentări individuale pe tema consumului ostentativ și simbolic.	Munca individuală, prelegere frontală, discuții.	2 ore

4. Vizualizarea de materiale video cu privire la slow food, slow fashion și minimalism.	Munca individuală, discuții interactive, debate.	2 ore
5. Prezentări individuale pe tema slow food, slow fashion, minimalism.	Munca individuală, prelegere frontală, discuții.	2 ore
6. Fast fashionul: concept, branduri, critici, alternative	Munca individuală, discuții interactive, exemplificare, debate.	2 ore
7. Fast fashionul și influencer-marketingul. Prezentări individuale	Munca individuală, prelegere frontală, discuții.	
8. Consumul ca simulacru. Abordarea lui Baudrillard.	Munca individuală, discuții interactive, exemplificare, debate	2 ore
9. Fenomene de simulacru în mediul online. Prezentări individuale	Munca individuală, prelegere frontală, discuții.	2 ore
10. Consumul ca fenomen multisenzorial: abordările lui Schulze	Munca individuală, discuții interactive, exemplificare, debate.	2 ore
11. Consumul de festivaluri ca formă de consum multisenzorial. Prezentări individuale	Munca individuală, prelegere frontală, discuții.	
12. Modernitatea lichidă: consumul neverending. Abordarea lui Bauman	Munca individuală, discuții interactive, exemplificare, debate.	2 ore
13. Consumul neverending – prezentări individuale	Munca individuală, prelegere frontală, discuții.	2 ore
14. Seminar recapitulativ.	Discuții interactive	2 ore

Bibliografie

Nistor, L. *Bevezető tankönyv a fogyasztói magatartásba.* (Curs introductiv în comportamentul consumatorului). Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca, 2023, 136 pagini

<http://editura.ubbcluj.ro/www/ro/ebook2.php?id=3940>

-

Éber, M. Á. *Élménytársadalom. Gerhard Schulze koncepciójának tudás- és társadalomelméleti összefüggéseiről.* (Societatea senzațiilor. Concepția lui Gerhard Schulze și conexiunile acestuia cu teoriile cunoașterii și cu cele sociale). Budapest: ELTE Társadalomtudományi Kar, 2007, 174 pagini. (disponibil sub formă de ebook pe Classroomul disciplinei).

Hetesi Erzsébet *A fogyasztás szociológiája.* (Sociologia consumului) In Czagány László, Garai László: *A szociális identitás, az információ és piac.* Szeged: JATEPress, 2004, (<http://www.eco.u-szeged.hu/kutatas-tudomany/tudomanyos-kozlemenyek/a-szocialis-identitas-az-informacio-es-a-piac>)

Keszeg, A. Az „instagramolható divat” fogalma és jelenségei. (Conceptul și fenomenele modei instagramabile).

Apertúra, 2020, nyár <https://www.apertura.hu/2020/nyar/keszeg-az-instagramolhato-divat-fogalma-es-jelensegei/>

Töröcsik, M., Szűcs, K. *Fogyasztói magatartás. Mintázatok, trendek, alkalmazkodás.* (Comportamentul consumatorului: Patternuri, tendințe, adaptare). Budapest: Akadémiai Kiadó, 2022, paginile: 83-127.

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

Disciplina se axează asupra unei teme extrem de importante și actuale: societatea de consum. Pe lângă prezentarea teoriilor clasice, are loc și discutarea formelor de consumul durabil și ale variantele acestuia. În acest sens, sunt explorate în special aspecte etice și ecologice legate de consum, făcând apel la cele mai noi și relevante teorii și cercetări. De asemenea, are loc și discutarea formelor noi de marketing din era digitală: word of mouth și influencer marketingul.

10. Evaluare

A. Condiții de îndeplinit pentru prezentarea la evaluare:

Prezență la 75% din seminarii.

B. Criterii, metode și ponderi în evaluare:

Tip activitate		10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs		Participare proactivă la discuțiile pe tema cursurilor. Capacitatea de a evalua în mod critic texte, date și fenomene legate de societatea de consum.	Evaluare pe parcurs	50%
10.5.	Seminar	Realizarea prezentărilor, calitatea acestora, atitudinea proactivă la seminarii.	Evaluarea pe parcurs	50%
	Laborator	-		
	Proiect	-		
	Practică	-		
10.6. Standard minim de performanță				
Capacitatea de a ridica întrebări pertinente la temele discutate la curs; capacitatea de a diferenția diferite teorii ale consumului. Realizarea prezentărilor de seminar.				

Data completării

05.09.2025

Semnătura titularului disciplinei

Prof. univ. dr. Nistor Laura

Semnătura titularului/rilor de aplicații

Asist. univ. dr. Silló Ágota

Data avizării în departament

08.09.2025

Semnătura directorului de departament

Prof. univ. dr. Nistor Laura

Semnătura responsabilului programului de studii

Conf. univ. dr. Kósa István

FIȘA DISCIPLINEI
pentru anul universitar 2025/26

Aprobat prin decizia Consiliului
Facultății nr. 1013/10. 09. 2025.

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Sapiientia din Cluj-Napoca
1.2. Facultatea/ DPPD	Facultatea de Științe Economice, Socio-Umane și Inginerești, Miercurea Ciuc
1.3. Domeniul de studii	Științe ale Comunicării
1.4. Ciclul de studii	Licență
1.5. Programul de studiu	Comunicare și relații publice
1.6. Calificarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.0. Departamentul				Departamentul de Științe Sociale			
2.1. Denumirea disciplinei				Comunicare interculturală			
2.2. Tipul activității				Asistat integral	Asistat parțial:		Neasistat
2.3. Titularul disciplinei /Titularul cursului							
2.4. Titularul(ii) activităților de			seminar	Lect. univ. dr. Sólyom Andrea			
			laborator	Asist. univ. dr. Sturtzu Maria-Lucretia, asist. univ. drd. Sere Andrea			
			proiect	-			
2.5. Anul de studiu	I.	2.6. Semestrul	2	2.7. Forma de verificare	VP	2.8. Tipul disciplinei	DOP
2.9. Categoria formativă	DC	2.10 Categoria disciplinei	DC	2.11. Codul disciplinei	CBPK0851		

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	4	Din care: 3.2. curs	0	3.3. seminar / laborator/	2/2
3.4. Total ore din planul de învățământ	56	Din care: 3.5. curs	0	3.6. seminar/ laborator/	28/28

3.4.o Din care online	0	3.5.o. curs	0	3.6. o. seminar/ laborator	0
-----------------------	---	-------------	---	-------------------------------	---

3.7. Numărul de puncte de credit conform planului de învățământ ²	5
3.8. Total ore pe semestru	140
3.9. Total ore studiu individual	84
3.10. Distribuția fondului de timp pentru studiu individual:	ore
a) Studiul după bibliografie și notițe	20
b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate	15
c) Pregătire seminarii /laboratoare, teme,	45
d) Tutoriat	4
e) Examinări	0
f) Alte activități:	0

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	-
4.2. de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului	-
5.2. De desfășurare a seminarului/laboratorului	Sală dotată cu mobilier modular, acces internet, proiector, difuzor

6. Rezultate ale învățării

Cunoștințe	C.4.3. Studentul/absolventul diferențiază între tipuri de narațiuni, tipuri de raționamente, elemente de logică, teoria argumentării și retorică sau discurs public pentru a clasifica perspective diferite, respectiv evalua argumente în contextul comunicării profesionale
Aptitudini	A.4.1. Studentul/absolventul aplică procese pentru verificarea unor informații în contextul comunicării profesionale; A.4.2. Studentul/absolventul descoperă erori în argumentație, cadrele sau scheme de interpretare distincte oferite de diferite surse în contextul comunicării profesionale

² 1 credit este corespunzător cu 28 ore de studiu

Responsabilitate și autonomie	R.4.3. Studentul/absolventul analizează critic evenimentele curente în politică, economie, comunitățile sociale, sectoarele culturale, pe plan internațional și în sport, precum și tendințele culturale populare, cum ar fi cultura pop și argoul cultural și social și mesajele publice ale persoanele de pe rețelele de socializare / platformele digitale cele mai utilizate în contextul său socio-cultural și profesional.
--------------------------------------	--

7. Obiectivele disciplinei

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Dezbaterea unor probleme sociale actuale, însușirea și folosirea unor termeni de specialitate
7.2. Obiectivele specifice	Exersarea limbii române, comunicare despre percepții și perspective diferite

8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Fond de timp alocat / Observații
-		
8.2. Seminar	Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații
1.Introducere	Dezbatere	2
2-3. Avort în perioada socialismului	Prelegere, explicație, problematizare	4
4-5. Tehnici de supraviețuire în socialism		4
6-7. Abuz		4
8. Managementul conflictelor, violență domestică		2
9. Capital social, corupție		2
10. Continuarea studiilor		2
11. Sistemul de sănătate, corupție		2
12. Tensiuni de pe piața muncii, prejudecăți		2
13. Neocapitalism		2
14. Recapitulare	Dezbatere	2
Bibliografie obligatorie Cristian Mungiu – 4 luni, 3 săptămâni, 2 zile, 2007 Cristian Mungiu – Povești din epoca de aur, 2009 Cristian Mungiu – După dealuri, 2012 Radu Jude – Toată lumea din familia noastră, 2012 Calin Peter Netzer – Poziția copilului, 2013 Cristian Mungiu – Bacalaureat, 2016 Alexander Nanau – Colectiv, 2019 Cristian Mungiu – R.M.N., 2022 Radu Jude – Nu aștepta prea mult de la sfârșitul lumii, 2023 Bibliografie opțională Cristian Puiu – Moartea domnului Lăzărescu, 2005		

Catalin Mitulescu – Cum mi-am petrecut sfârșitul lumii, 2006

Radu Jude – Cea mai fericită fată din lume, 2009

Corneliu Porumboiu – Polițist, Adjectiv, 2009

Radu Jude - Aferim! 2015

Radu Jude – Îmi este indiferent dacă în istorie vom intra ca barbari, 2018

Radu Jude – Babardeală cu bucluc sau porno balamuc, 2021

Corneliu Porumboiu – A fost sau n-a fost?, 2006

Tudor Giurgiu – Libertate, 2023

Igor Cobileanski – Bogdan Mirica: Umbre – serial, 2014-2019

Steve Bailie: Subteran – serial, 2025

8.3. Laborator	Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații
1. Introducere	Dezbateri, conversația euristică, prezentarea, recenzia	2 ore
2. Teme tabu		2 ore
3. Avortul – o perspectivă istorică (cu accent pe perioada socialistă)		2 ore
4. Tehnici de supraviețuire în socialism: aspecte socio-economice, politice		2 ore
5. Instituțiile statului ieri și azi: control vs. libertate		2 ore
6. Tipuri de conflicte. Forme ale abuzului: psihologic / emoțional, verbal și fizic		2 ore
7. Sănătatea ieri și azi		2 ore
8. Celălalt – probleme ale minorităților religioase, etnice etc.		2 ore
9. Tipuri de economie, corupție		2 ore
10. Sisteme educaționale: studiu comparativ		2 ore
11. Sistemul educațional românesc		2 ore
12. Tensiuni de pe piața muncii, prejudecăți: profesii „dedicate” femeilor / bărbaților		2 ore
13. Socialism vs. capitalism		2 ore
14. Recapitulare		2 ore

Bibliografie recomandată:

Chiorean, E. 2016. „Aproprierea sferei private și corporalizarea dominației. Politicile pronataliste din România ceașistă 1.” ANTOLOGIA SOCIOLINK (27): 27-44.

CNRED, Sistemul de educație din România, <https://cnred.edu.ro/sistemul-de-educatie-din-romania/>

Cozma, Alina. 2012. „Viața unui decret: 770 /1966.” Studium - Revista studenților, masteranzilor și doctoranzilor în istorie (4):109-140. <https://www.cceol.com/search/viewpdf?id=206826>

Guga, Ștefan – Sindreștean, Alexandra. 2021. Muncă și justiție socială. Inegalități economice de gen în România, Friedrich-Ebert-Stiftung. <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/bukarest/18613.pdf>

Kligman, Gail. 2000. Politica duplicității. Controlul reproducerii în România lui Ceaușescu, trad. Marilena Dumitrescu, București: Humanitas.

Nicolau, Ingrid Ileana. 2019. „Stereotypes, prejudice and discrimination. Strategies to eliminate and control them.” In: Iulian Boldea, Cornel Sigmirean, Dumitru-Mircea Buda (Ed.), Multiculturalism

through the Lenses of Literary Discourse, Tîrgu Mureş: Arhipelag XXI Press, 133-136.
https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/LDMD-07-Socs_2019.pdf#page=133
 Volkoff, Vladimir. 1995. Tratat de dezinformare, de la calul troian la internet, trad. Mihnea Columbeanu, Iaşi: Editura Antet.

9. Coroborarea conţinuturilor disciplinei cu aşteptările reprezentanţilor comunităţii epistemice, asociaţiilor profesionale şi angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

Abordarea temelor actuale se desfăşoară în limba română pe baza bibliografiei şi a filmelor prevăzute în bibliografie. Pe baza acestora studenţii exersează, pe de o parte, comunicarea, pe de altă parte dezbateră percepţiilor despre fenomenele prelucrate. Astfel, disciplina contribuie la dezvoltarea comunicării în limba română, o cerinţă esenţială din partea anagajatorilor.

10. Evaluare

A. Condiţii de îndeplinit pentru prezentarea la evaluare:

Prezenţă la 70% din seminarii şi 100% la laboratoare.

B. Criterii, metode şi ponderi în evaluare:

Tip activitate		10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs				
10.5.	Seminar	Capacitatea de a comunica în limba română despre un fenomen social, utilizând un limbaj coerent.	Verificare pe parcurs	100%
	Laborator			
	Proiect			
10.6. Standard minim de performanţă				
Studenţii vor viziona nouă filme româneşti şi vor discuta despre acestea în cadrul orelor. Pentru nota cinci este nevoie de dovedirea vizionării a cel puţin patru filme prin participarea activă la dezbateră acestora.				

Data completării

01.09.2025.

Semnătura titularului disciplinei

Lect. univ. dr. Sólyom Andrea

Semnătura titularilor de aplicaţii

Asist. univ. drd. Sere Andrea,

Asist. univ. dr. Sturtzu Maria-Lucretia

Data avizării în departament

08.09.2025.

Semnătura directorului de departament

Prof. univ. dr. Nistor Laura

Semnătura responsabilului programului de studii

Lect. univ. dr. Sólyom Andrea

FIȘA DISCIPLINEI
pentru anul universitar 2025/26

Aprobat prin decizia Consiliului
Facultății nr. 1013/10.09.2025

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Sapientia din Cluj-Napoca
1.2. Facultatea/ DPPD	Facultatea de Științe Economice, Socio-Umane și Inginerești, Miercurea Ciuc
1.3. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.4. Ciclul de studii	Licență
1.5. Programul de studiu	Comunicare și relații publice
1.6. Calificarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.0. Departamentul	Departamentul de Științe Sociale		
2.1. Denumirea disciplinei	Conflict, negociere și tehnici decizionale		
2.2. Tipul activității	Asistat integral	Asistat parțial:	Neasistat
	-	-	-
2.3. Titularul disciplinei /Titularul cursului	Conf. univ. dr. Bakó Rozália Klára		
2.4. Titularul(ii) activităților de	seminar	Conf. univ. dr. Bakó Rozália Klára	
	laborator	-	
	proiect	-	
2.5. Anul de studiu	1	2.6. Semestrul	1
		2.7. Forma de verificare	E
		2.8. Tipul disciplinei	DOB
2.9. Categoria formativă	DS	2.10 Categoria disciplinei	DS
		2.11. Codul disciplinei	CBPK0781

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	3	Din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar	1
3.4. Total ore din planul de învățământ	42	Din care: 3.5. curs	28	3.6. seminar	14
3.4.o. Din care online	0	3.5.o. curs	0	3.6. o. seminar	0
3.7. Numărul de puncte de credit conform planului de învățământ ³					4

³ 1 credit este corespunzător cu 28 ore de studiu

3.8. Total ore pe semestru	112
3.9. Total ore studiu individual	70
3.10. Distribuția fondului de timp pentru studiu individual:	ore
a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	35
b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	15
c) Pregătire seminarii, teme	15
d) Tutoriat	2
e) Examinări	2
f) Alte activități: Convorbiri cu membrii <i>Atelierului restaurativ</i> al facultății	1

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	-
4.2. de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului	Sală de curs prevăzută cu tehnică digitală.
5.2. De desfășurare a seminarului	Sală de curs prevăzută cu tehnică digitală.

6. Rezultate ale învățării

Cunoștințe	C.4.2. Studentul/Absolventul diferențiază între probleme sau formulări descriptive și probleme sau formulări prescriptive în contextul evaluării afirmațiilor în comunicarea profesională. C.5.1. Studentul/Absolventul identifică modele utilizate pentru luarea deciziilor etice sau raționamente morale în problemele din domeniul comunicării. C.6.2. Studentul/Absolventul diferențiază între strategiile și design-urile de comunicare specifice diferitelor contexte de comunicare organizaționale sau situaționale (comunicarea în situații de risc, în situații de criză, pentru producția schimbării sociale, pentru elaborarea politicilor publice, a politicilor interne etc.).
Aptitudini	A.4.4. Studentul /Absolventul interpretează valorile și mesajele ideologice și culturale încorporate în produsele media. A.5.1. Studentul /Absolventul aplică modele pentru luarea deciziilor etice sau raționamente morale și principiile deontologice sau normele etice care stau la baza organizării și funcționării activităților specifice domeniului științe ale comunicării și modului de organizare a profesiei în probleme din domeniul comunicării, în crearea și distribuirea conținutului pe canale media publice și private.

Responsabilitate și autonomie	R.7.3. Studentul /Absolventul colaborează cu alte persoane în cadrul unor echipe pentru a rezolva probleme profesionale specifice. R.7.4. Studentul /Absolventul planifică/își asumă și respectă termene strânse pentru a realiza sarcini sau proiecte profesionale. R.7.5. Studentul /Absolventul demonstrează sensibilitate interculturală participând în comunități și rețele diferite.
--------------------------------------	---

7. Obiectivele disciplinei

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Cunoașterea conceptelor de bază ale managementului conflictelor și al negocierii. Înțelegerea importanței managementului adecvat al conflictelor pentru o societate stabilă și funcțională. Formarea unei atitudini colaborative ca negociatori.
7.2. Obiectivele specifice	Înțelegerea rolului specific pe care diferitele tehnici de negociere și de luare a deciziilor îl joacă în comunități și organizații. Dezvoltarea unei atitudini proactive și responsabile în comunicare.

8. Conținuturi

8.1. Curs		Metode de predare	Fond de timp alocat / Observații
1	Introducere în teoria negocierii: concepte de bază 1.1. Tipologia negocierilor 1.2. Proactivitate și reactivitate	Prelegere, problematizare, explicație	2 ore
2	Specificul cultural al tehnicilor de negociere 2.1. Modelul Hofstede și Gesteland în negociere 2.2. Consecințe pentru practicile cotidiene	Explicație, prezentare, demonstrație	2 ore
3	Managementului situațiilor de conflict 3.1. Conflict și cooperare 3.2. Proactivitate și reactivitate în caz de conflict	Explicație, prezentare, dezbatere	2 ore
4	Modelul Gordon de rezolvare a problemelor 4.1. Principii de bază și tehnici de negociere 4.2. Barierele de comunicare interpersonală	Abordare euristică, problematizare, demonstrație	2 ore
5	Modelul Berne de abordare a conflictelor 5.1. Teoria lui Eric Berne despre tranzații 5.2. Modele tranzațiilor tip adult-adult	Abordare euristică, prezentare, problematizare	2 ore
6	Tehnici de negociere în sfera guvernamentală 6.1. Negocieri, decizii în sectorul guvernamental 6.2. Etichetă și protocol în negocierile oficiale	Explicație, demonstrație, studiu de caz	2 ore
7	Tehnici de negociere în afaceri 7.1. Specificul negocierilor în sectorul de afaceri 7.2. Etichetă și protocol în lumea afacerilor	Abordare euristică, prezentare, problematizare	2 ore
8	Elaborarea unor planuri de negociere 8.1. Principii, metode, tehnici 8.2. Cele mai frecvente greșeli în negocieri	Explicație, prezentare, problematizare	2 ore
9	Strategii de tip câștig-câștig în negociere 9.1. Negocierile reciproc avantajoase 9.2. Normele deontologice ale negocierii	Explicație, demonstrație, studiu de caz	2 ore

10	Negocierea cu persoanele dificile 10.1. Modelul Ury: metode, tehnici, aplicații 10.2. Alternative la situațiile de negociere	Abordare euristică, problematizare, demonstrație	2 ore
11	Modele decizionale și aplicațiile lor 11.1. Teoria jocurilor și aplicațiile lor 11.2. Modelul celor “șase pălării”	Explicație, demonstrație, studiu de caz	2 ore
12	Vizionarea unui film despre o negociere Identificarea momentelor dificile ale deciziei	Explicație, prezentare, studiu de caz	2 ore
13	Aplicații ale tehnicilor de negociere în relațiile publice. Cum negociem un contract cu o agenție de publicitate?	Explicație, joc de rol, dezbateri	2 ore
14	Dezbateri în plen despre cele mai importante concepțe, metode și tehnici studiate	Explicație, demonstrație, dezbateri	2 ore

Bibliografie

Bakó, R.K. *Konfliktus, tárgyalás és döntéshozatal (Conflict, negociere și tehnici decizionale)*. Cluj: Presa Universitară Clujeană, 2023 e-book, 134 pagini.

Bakó, R.K. (coord.) *Szervezet, kultúra, kommunikáció (Organizații, cultură, comunicare)*. Studium sorozat: Ed. T3, Sfântu Gheorghe, 2023 e-book

Bakó, R. K., Horváth G. (eds.) *Mind the Gap! Proceedings of the Sixth Argumentor Conference*, Oradea and Debrecen, Partium Press and Debrecen University Press, 2020, 256, ISBN 978-963-490-266-9, Ebook (pp. 39–198) https://argumentor.wordpress.com/wp-content/uploads/2020/09/argumentor-2020_mind-the-gap.pdf

Coman, C. *Tehnici de negociere*. Editura C. H. Beck, București, 2019, 444 pagini. (capitolele 1-5)

Gesteland, R. *Cross-cultural Business Behavior*. Gazelle Book Services, 2012, e-book, 351 pagini. (capitolele 1-4)

Fisher, R., Ury, W., Patton, B. *A sikeres tárgyalás alapjai (Bazele negocierii de succes)*. Ed. Bagolyvár Könyvkiadó, Budapest, 2018, 174 pagini.

8.2. Seminar		Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații
1	Tipologia negocierilor. Cine este un bun negociator?	Brainstorming, discuții în grupuri mici	2 ore
2	Proactivitate și reactivitate în caz de conflict. Completarea testului Thomas-Kilmann	Muncă în grup, chestionar, discuții	2 ore
3	Barierile de comunicare interpersonală. Exerciții în grupuri mici	Muncă în grup, dezbateri, prezentări	2 ore
4	Etichetă și protocol în lumea afacerilor. Vizionarea unui film	Demonstrație, discuții în grupuri mici	2 ore
5	Elaborarea unor planuri de negociere. Exerciții în grupuri mici	Chestionar, discuții în grupuri mici, prezentări.	2 ore
6	Cele mai frecvente greșeli în negocieri. Autoevaluare individuală	Demonstrație, discuții în grupuri mici	2 ore
7	Prezentările finale ale studenților. Evaluare.	Demonstrație, prezentări, discuții	2 ore

Bibliografie

Bakó, R.K. (2023). *Konfliktus, tárgyalás és döntéshozatal (Conflict, negociere și tehnici decizionale)*. Cluj: Presa Universitară Clujeană, e-book, 134 pagini.

Bakó, R. K., Horváth, G. (eds.) *Mind the Gap! Proceedings of the Sixth Argumentor Conference*, Oradea and Debrecen, Partium Press and Debrecen University Press, 2020, 256, ISBN 978-963-490-266-9, Ebook (pp. 39–198) https://argumentor.wordpress.com/wp-content/uploads/2020/09/argumentor-2020_mind-the-gap.pdf

Gesteland, R. (2012). *Cross-cultural Business Behavior*. Gazelle Book Services, e-book, 351 pagini
 Fisher, R., Ury, W., Patton, B. *A sikeres tárgyalás alapjai (Bazele negocierii de succes)*. Ed. Bagolyvár Könyvkiadó, Budapest, 2018, 174 pagini.

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

Disciplina abordează tematica negocierilor și a conflictelor în contextul celor mai actuale dezbateri din spațiul public și din mediul academic, cu aplicații directe pe piața muncii. Temele luate în discuție se raliază la standardele academice naționale și internaționale privind voluntariatul, responsabilitatea socială și sectorul societății civile.

10. Evaluare

A. Condiții de îndeplinit pentru prezentarea la evaluare:

Participarea la 60% din activitățile de seminar.

B. Criterii, metode și ponderi în evaluare:

Tip activitate		10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs		Capacitatea de conceptualiza și operaționaliza cele mai relevante probleme ale negocierii principiale	Examen	50%
10.5.	Seminar	Capacitatea de a aplica teoriile managementului conflictelor și negocierii în practică	Evaluare sumativă la ultimul seminar	50%

10.6. Standard minim de performanță

Capacitatea de a analiza critic o situație de conflict și găsirea unor alternative pertinente.

Data completării

05.09.2025

Semnătura titularului disciplinei
 Conf. univ. dr. Bakó Rozália Klára

Semnătura titularului/rilor de aplicații
 Conf. univ. dr. Bakó Rozália Klára

Data avizării în departament
 08.09.2025

Semnătura directorului de departament
 Prof. univ. dr. Nistor Laura

Semnătura responsabilului programului de studii
 Conf. univ. dr. Kósa István

FIȘA DISCIPLINEI
pentru anul universitar 2025/26

Aprobat prin decizia Consiliului
Facultății nr. 1013/10.09.2025

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Sapiientia din Cluj-Napoca
1.2. Facultatea/ DPPD	Facultatea de Științe Economice, Socio-Umane și Inginerești, Miercurea Ciuc
1.3. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.4. Ciclul de studii	Licență
1.5. Programul de studiu	Comunicare și relații publice
1.6. Calificarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.0. Departamentul	Științe Economice		
2.1. Denumirea disciplinei	Informatică		
2.2. Tipul activității	Asistat integral	Asistat parțial:	Neasistat
	-	-	-
2.3. Titularul disciplinei /Titularul cursului			
2.4. Titularul(ii) activităților de	seminar		
	laborator	Lector dr. Garda-Mátyás Edit	
	proiect	-	
2.5. Anul de studiu	I	2.6. Semestrul	1
		2.7. Forma de verificare	VP
		2.8. Tipul disciplinei	DO
2.9. Categoria formativă	DC	2.10 Categoria disciplinei	DS
		2.11. Codul disciplinei	CBEI0090

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	2	Din care: 3.2. curs	0	3.3. laborator	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	28	Din care: 3.5. curs	0	3.6. laborator	28
3.4.o Din care online	-	3.5.o. curs	-	3.6. o. laborator	-
3.7. Numărul de puncte de credit conform planului de învățământ ⁴					3
3.8. Total ore pe semestru					84
3.9. Total ore studiu individual					30

⁴ 1 credit este corespunzător cu 28 ore de studiu

3.10. Distribuția fondului de timp pentru studiu individual:	ore
a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	24
b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	15
c) Pregătire laboratoare, teme	5
d) Tutoriat	10
e) Examinări	-
f) Alte activități:	-

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	
4.2. de competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului	-
5.2. De desfășurare a laboratorului	Sală de laborator de informatică (calculatoare) dotată cu software adecvat (Ms Office), videoproiector și ecran de proiecție.

6. Rezultate ale învățării

Cunoștințe	Studentul/Absolventul: C.3.4. distinge caracteristicile și funcționarea programelor software pentru sarcini de birou, cum ar fi prelucrarea textului, foi de calcul, prezentări, e-mail și baze de date, sisteme de gestiune de conținut, programe destinate editării, structurării conținutului destinat publicării sau difuzării.
Aptitudini	Studentul/Absolventul: A.3.4. utilizează aplicații software pentru compunerea, editarea, formatarea și oricărui tip de material scris sau compunerea și editarea de materiale audiovizuale. A1. utilizează aplicații și programe informatice specializate pentru a rezolva probleme specifice administrării bazelor de date care conțin indicatori socioeconomi și culturali.
Responsabilitate și autonomie	Studentul/Absolventul: R.7.2. gestionează evidența persoanelor din rețeaua profesională proprie și rămâne informat/ă cu privire la activitățile lor; R.7.4. planifică/își asumă și respectă termene strânse pentru a realiza sarcini sau proiecte profesionale;

7. Obiectivele disciplinei

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Dezvoltarea cunoștințelor teoretice și practice privind prelucrarea automată a datelor. Inițiere în informatică și în utilizarea calculatoarelor. Inițiere în gestionarea de baze de date.
7.2. Obiectivele specifice	• Alegerea și aplicarea adecvată a metodelor și tehnicilor de analiză. • Capacitatea studenților de a colecta, analiza și interpreta date și informații. • Abilitatea de a trage concluzii și de a propune recomandări sau decizii operative pe baza rezultatelor analizelor efectuate, în concordanță cu teoriile și practicile specifice domeniului științelor comunicării.

8. Conținuturi

8.1 Curs (Nu e cazul)	Metode de predare	Fond de timp alocat / Observații
8.3 Laborator	Metode de predare	Fond de timp alocat / Observații
L1. Mediul de lucru al calculatorului	Explicații, exemplificări	2 ore
L2. Descrierea interfeței sistemului de operare	Explicații, exemplificări	2 ore
L3. Operații cu directoare și fișiere	Explicații, exemplificări	2 ore
L4. Folosirea aplicației de procesare texte Operațiile de bază	Explicații, exemplificări	2 ore
L5. Formatarea, Lucrul cu obiecte	Explicații, exemplificări	2 ore
L6. Utilizare a tastaturii în procesul de procesare text	Explicații, exemplificări	2 ore
L7. Lucru individual cu teste de procesare	Explicații, exemplificări	2 ore
L8. Verificare parțială	Explicații, exemplificări	2 ore
L9. Utilizarea avansată a procesorului de texte	Explicații, exemplificări	2 ore
L10. Aplicarea corectă a modului de tipărire a unui document	Explicații, exemplificări	2 ore
L11. Îmbinare corespondență	Explicații, exemplificări	2 ore
L12. Formatare, Desenare	Explicații, exemplificări	2 ore
L13. Lucru individual cu teste	Explicații, exemplificări	2 ore
L14. Verificare finală	Explicații, exemplificări	2 ore

Bibliografie

Obligatorie:

1. Filep, Levente, Garda-Mátyás, Edit, Oláh-Gál, Róbert: Excel közgazdász- és mérnökjelölteknek (Excel pentru studenți la economie și științe inginerești), Ed. Scientia, Cluj-Napoca, 2021, ISBN 978-606-975-053-7, 190 pagini. (20 buc. în Bibliotecă).
2. Oláh-Gál, Róbert, Az Informatika Alapjai, (Bazele Informaticii) Ed. Scientia, Cluj-Napoca, 2007. Isbn 978-973-7953-61-2, 160 Pg. (20 buc. în bibliotecă)
3. <http://web.csik.sapientia.ro/curs/GardaMatyasEdit/>
4. Oláh-Gál, Róbert, Közgazdasági adatok statisztikai feldolgozása Excel segítségével, (Prelucrarea statistică a datelor economice cu ajutorul programului Excel), Ed. Scientia, Cluj-Napoca, 2013., Isbn 978-973-1970-77-6, 256 Pg. (20 buc. în bibliotecă)

Opțională:

5. Bártfai, Barnabás: Excel a gyakorlatban - Gyakorlati példákkal és azok részletes, (Excel în practică, cu probleme reale în practică), Ed.BBS,2015. 2 exemplare in Bibliotecă.

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

Conținutul disciplinei este în concordanță cu ceea ce se predă în alte centre universitare din țară și din străinătate pentru studenții unei specializări de științe sociale/științe ale comunicării. Pentru adaptarea la cerințele pieței muncii a conținutului disciplinei au avut loc întâlniri cu stakeholderi

10. Evaluare

A. Condiții de îndeplinit pentru prezentarea la evaluare:

Prezență la orele de laborator.

B. Criterii, metode și ponderi în evaluare:

Tip activitate		10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs		-		
		-		
10.5	Seminar	-		
	Laborator	Evaluarea cunoștințelor în săptămâna a 7-a și a 14-a - corectitudinea și completitudinea cunoștințelor predate în săptămânile 1-6, 8-13. - coerența logică;	Lucrări de control. Media notelor de la lucrările de control	100%
	Proiect	/--		
10.6 Standard minim de performanță				
Însușirea corectă a noțiunilor teoretice de bază și aplicarea acestora în rezolvarea unor aplicații simple.				

Data completării
08.09.2025

Semnătura titularului disciplinei

Semnătura titularului de aplicații
Lector dr. Garda-Mátyás Edit

Data avizării în departament
10.09.2025

Semnătura directorului de departament
Lector dr. Illyés László

Semnătura responsabilului programului de studii
Lector dr. György Otilia

FIȘA DISCIPLINEI
pentru anul universitar 2025/26

Aprobat prin decizia Consiliului
Facultății nr. 1013/10. 09. 2025

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Sapiientia din Cluj-Napoca
1.2. Facultatea/ DPPD	Facultatea de Științe Economice, Socio-Umane și Inginerești, Miercurea Ciuc
1.3. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.4. Ciclul de studii	Licență
1.5. Programul de studiu	Comunicare și relații publice
1.6. Calificarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.0. Departamentul	Departamentul de Științe Sociale		
2.1. Denumirea disciplinei	Introducere în publicitate		
2.2. Tipul activității	Asistat integral	Asistat parțial:	Neasistat
	-	-	-
2.3. Titularul disciplinei /Titularul cursului	Lect. univ. dr. Székely Kinga Katalin		
2.4. Titularul(ii) activităților de	seminar	-	
	laborator	Lect. univ. dr. Székely Kinga Katalin	
	proiect	-	
2.5. Anul de studiu	I	2.6. Semestrul	2
2.7. Forma de verificare	E	2.8. Tipul disciplinei	DOB
2.9. Categoria formativă	DF	2.10 Categoria disciplinei	-
2.11. Codul disciplinei	CBPK0051		

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. laborator	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	56	Din care: 3.5. curs	28	3.6. laborator	28
3.4.o Din care online	-	3.5.o. curs	-	3.6. o. laborator	-
3.7. Numărul de puncte de credit conform planului de învățământ ⁵					5
3.8. Total ore pe semestru					140
3.9. Total ore studiu individual					84

⁵ 1 credit este corespunzător cu 28 ore de studiu

3.10. Distribuția fondului de timp pentru studiu individual:	ore
a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	16
b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	20
c) Pregătire laboratoare, teme, proiecte	40
d) Tutoriat	6
e) Examinări	2
f) Alte activități:	0

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	
4.2. de competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului	Sală de curs dotată cu tablă interactivă, acces la internet.
5.2. De desfășurare a laboratorului	Laborator multimedia dotat cu tablă interactivă, calculatoare și software performante.

6. Rezultate ale învățării

Cunoștințe	Studentul/Absolventul: ● C.3.1. distinge între diferite tipuri de conținuturi și moduri de expresie (text, fotografie, audio, video) și tipuri de canale media: presa tipărită, televiziunea, radioul, cinematografia, presa online, platformele digitale, aplicațiile mobile; ● C.3.3. identifică tehnici de redactare sau structurarea a conținutului (narrative, descriptive, expozitive, argumentative sau persuasive) și principii de retorică sau compunere a mesajelor ce vizează îmbunătățirea capacității scriitorilor și vorbitorilor de a informa, convinge sau motiva publicul; ● C.3.4. distinge caracteristicile și funcționarea programelor software pentru sarcini de birou, cum ar fi prelucrarea textului, foi de calcul, prezentări, e-mail și baze de date, sisteme de gestiune de conținut, programe destinate editării, structurării conținutului destinat publicării sau difuzării.
Aptitudini	Studentul/Absolventul: ● A.3.1. aplică practici de producție potrivite pentru diferite tipuri de conținuturi și moduri de expresie (text, fotografie, audio, video) și tipuri de canale media: presa tipărită, televiziunea, radioul, cinematografia, presa online, platformele digitale, aplicațiile mobile; ● A.3.4. utilizează aplicații software pentru compunerea, editarea, formatarea și oricărui tip de material scris sau compunerea și editarea de materiale audiovizuale.

Responsabilitate și autonomie	Studentul/Absolventul: ● R.3.1. Produce un conținut sau produs media în vederea difuzării/publicării pe unul sau mai multe canale sau platforme, utilizând media (text, fotografie, audio, video) separat sau în conjuncție în contextul realizării unui proiect profesional; ● R.3.2. Redactează și editează texte originale de natură creativă, jurnalistice, promoționale, publicitare, de promovare instituțională, funcționale, tehnice sau academice.
--------------------------------------	---

7. Obiectivele disciplinei

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Să asigure studenților cunoștințe fundamentale privind conceptele și mecanismele publicității în cadrul comunicării de marketing. Se urmărește dezvoltarea capacității de analiză a strategiilor și canalelor publicitare, precum și înțelegerea proceselor de planificare și implementare a campaniilor. De asemenea, disciplina vizează formarea competențelor practice necesare elaborării și evaluării mesajelor publicitare, precum și dezvoltarea gândirii critice în domeniul comunicării de marketing.
7.2. Obiectivele specifice	● Să fie capabili să identifice și să descrie principalele concepte și modele din publicitate și comunicarea de marketing. ● Să fie capabili să planifice și să evalueze campanii publicitare utilizând diferite tipuri de media (print, radio, TV, online, OOH, direct marketing, POSM, evenimente). ● Să utilizeze platforme digitale și social media pentru publicitate, adaptând mesajul la specificul fiecărui canal. ● Să utilizeze programe de editare grafică și video pentru realizarea materialelor publicitare. ● Să planifice campanii publicitare integrate.

8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Fond de timp alocat / Observații
1. Curs introductiv: Prezentarea disciplinei. Prezentarea modului de desfășurare a cursului, a cerințelor și a modalității de evaluare	prelegere interactivă, învățare prin problematizare, explicație și demonstrație, studii de caz	2 ore
2. Introducere în comunicarea de marketing: Definirea marketingului. Repere istorice. Rolul comunicării în marketing. Publicitatea și marketingul.		2 ore
3. Segmentarea pieței: Metodele segmentării de piață, publicurile-țintă		2 ore
4. Poziționarea: Modele de poziționare a produselor și a mesajelor de publicitate		2 ore

5. Comportamentul consumatorului: Modelul Engel, procesul deciziei de cumpărare a produselor		2 ore
6. Planificarea campaniei de publicitate: Pașii planificării unei campanii publicitare, 5M, procesul planificării		2 ore
7. Anunțuri publicitare tipărite și printuri: Tipuri de ziare și magazine, caracteristicile acestora. Forme de printuri. Realizarea printurilor		2 ore
8. Clipuri TV și spoturi radio: Prezentare caracteristici, tipologia spoturilor și a clipurilor publicitare, realizarea acestora.		2 ore
9. OOH – reclame out of home și ambient: Caracteristicile reclamelor OOH, tipologia acestora		2 ore
10. Publicitatea online: Tipurile și formele reclamelor online. Rolul social media în comunicarea de marketing		2 ore
11. Direct marketing: Formele și caracteristicile marketingului direct		2 ore
12. POS/POP – publicitate prin POSM: Point of sale materials, plasarea produselor, materiale de promovare. Formele și caracteristicile acestor materiale.		2 ore
13. Promoții: Formele și caracteristicile diferitelor promoții		2 ore
14. Târguri, evenimente și sponsorizare: Tipologia evenimentelor, caracteristicile acestor forme de promovare		2 ore

Bibliografie:

- SZÉKELY, Kinga Katalin: *Bevezetés a reklámba*, 2025 (Introducere în publicitate) – note de curs și materiale online [Bevezetés a reklámba](#)
- DREWNIAŃY, Bonnie L.: *Strategia creativă în publicitate*, Polirom, Iași, 2009, 368 pagini.
- FAZEKAS, Ildikó – HARSÁNYI, Dávid: *Marketingkommunikáció érthetően. (Comunicare de marketing pe înțelesul tuturor)* Editura Közgazdaságtani Akadémia, Budapesta, 2011
<https://www.scribd.com/doc/186319753/Fazekas-Ildiko-Harsanyi-David-Marketingkommunikacio-erthet%C5%91en>
- HORVÁTH, Dóra – BAUER, András (coord.): *Marketingkommunikáció: stratégia, új média, fogyasztói részvétel (Comunicare de marketing: strategie, noi mijloace de comunicare, angajamentul consumatorilor)*. Editura Akadémiai, Budapesta, 2013, 436 pagini
<https://mersz.hu/horvath-bauer-marketingkommunikacio/>
- KOVÁCS, László: *Nyelvi kommunikáció a marketingben (Comunicarea lingvistică în marketing)* Editura Akadémiai, Budapesta, 2024 <https://mersz.hu/kovacs-nyelvi-kommunikacio-a-marketingben/>

- LISKA, Fanny: *Az online marketing alapjai*. (Bazele marketingului online) Editura Akadémiai, Budapesta, 2024, <https://mersz.hu/liska-az-online-marketing-alapjai/>
- PREDA, Sorin: *Introducere în creativitatea publicitară*. Iași, Editura Polirom 2011, 240 pagini <https://www.researchgate.net/publication/329879616>
- REKETTYE, Gábor – TÖRŐCSIK, Mária – HETESI, Erzsébet: *Bevezetés a marketingbe (Introducere în marketing)*. Editura Akadémiai, Budapesta 2017, 330 pagini, <https://mersz.hu/rekettye-torocsik-hetesi-bevezetes-a-marketingbe/>
- VIRÁNYI, Péter: *Több mint reklámtörténelem (Mai mult decât istoria publicității)*. Ed. Gondolat, Budapesta 2014, 414 pagini.

8.3. Laborator	Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații
1. Cunoașterea programelor de design graphic I. – Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Affinity Designer	Prezentare multimedia/ Discuții, Demonstrații practice/Muncă individuală.	2 ore
2. Cunoașterea programelor online de design graphic II. – Canva, Photoshop Express, Pixlr		2 ore
3. Cunoașterea programelor de editare video – DaVinci, CapCut		2 ore
4. Tipuri de publicitate. și formate publicitare		2 ore
5. Redactarea mesajelor publicitare pentru presa scrisă		2 ore
6. Redactare afișe publicitare și postere		2 ore
7. Redactare pliante		2 ore
8. Redactare conținuturi pentru platforme social media		2 ore
9. Copywriting pentru social media		2 ore
10. Redactarea postărilor social media		2 ore
11. Redactarea fotografiilor		2 ore
12. Redactarea mesajelor publicitare audio.		2 ore
13. Redactarea mesajelor publicitare video.		2 ore
14. Redactarea mesajelor publicitare video.		2 ore
Bibliografie		
● Adobe Photoshop Help and Tutorials: https://helpx.adobe.com/support/photoshop.html ● Adobe Illustrator Help and Tutorials: https://helpx.adobe.com/illustrator/view-all-tutorials.html ● Canva Help: https://www.canva.com/help/ ● CapCut Online: https://www.capcut.com/tutorial ● BĂDĂU, Horea Mihai: <i>Tehnici de comunicare în social media</i>. Editura Polirom, Iași, 2011, 216 pagini		

- SAMARA, Timothy: *A grafikai tervezés kézikönyve (Manual de design grafic)*. Editura Scolar, Budapesta, 2021, 320 pagini

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

Conținuturile disciplinei sunt aliniate cu standardele și competențele recunoscute de comunitatea academică și profesională în domeniul comunicării și publicității. Prin abordarea conceptelor fundamentale, a strategiilor de marketing și a tipurilor de media, disciplina răspunde cerințelor asociațiilor profesionale și ale angajatorilor din domeniu, pregătind studenții pentru integrarea rapidă și eficientă pe piața muncii. Dezvoltarea competențelor practice în redactarea mesajelor publicitare, utilizarea programelor de design grafic și editare video, precum și înțelegerea comportamentului consumatorului reflectă așteptările reale ale profesioniștilor și facilitează formarea unei baze solide pentru cariere în publicitate, marketing și comunicare.

10. Evaluare

A. Condiții de îndeplinit pentru prezentarea la evaluare:

Prezență la laborator.
Elaborarea unei campanii de publicitate.

B. Criterii, metode și ponderi în evaluare:

Tip activitate		10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs		• Corectitudinea răspunsurilor; • Legătura cu teoria și exemplele din practică; • Originalitatea soluțiilor propuse.	Examen scris	30%
		• Claritatea și structura prezentării orale; • Relevanța și fezabilitatea proiectului; • Creativitatea și originalitatea materialelor realizate; • Colaborarea și implicarea.	Elaborare proiect	30%
10.5.	Laborator	• Respectarea cerințelor temei; • Corectitudinea și eficiența utilizării programelor de design grafic și editare video; • Rezolvarea exercițiilor practice.	Evaluare continuă	40%

10.6. Standard minim de performanță

- Să cunoască conceptele fundamentale ale publicității și comunicării de marketing;
- Să înțeleagă rolul segmentării pieței, poziționării produselor și procesul decizional de cumpărare;
- Să poată redacta mesaje publicitare simple pentru diferite tipuri de media;
- Să utilizeze elementar programele de design grafic.

Data completării:

02.09.2025.

Semnătura titularului disciplinei
Lect. univ. dr. Székely Kinga Katalin

Semnătura titularului/rilor de aplicații
Lect. univ. dr. Székely Kinga Katalin

Data avizării în departament
08. 09. 2025.

Semnătura directorului de departament
Prof. univ. dr. Nistor Laura

Semnătura responsabilului programului de studii
Conf. univ. dr. Kósa István

FIȘA DISCIPLINEI
pentru anul universitar 2025/26

Aprobat prin decizia Consiliului
Facultății nr. 1013/10. 09. 2025

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Sapiientia din Cluj-Napoca
1.2. Facultatea/ DPPD	Facultatea de Științe Economice, Socio-Umane și Inginerești, Miercurea Ciuc
1.3. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.4. Ciclul de studii	Licență
1.5. Programul de studiu	Comunicare și relații publice
1.6. Calificarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.0. Departamentul	Departamentul de Științe Sociale		
2.1. Denumirea disciplinei	Introducere în relațiile publice		
2.2. Tipul activității	Asistat integral	Asistat parțial:	Neasistat
	-	-	-
2.3. Titularul disciplinei /Titularul cursului	Lect. univ. dr. Székely Kinga Katalin		
2.4. Titularul(ii) activităților de	seminar	Lect. univ. dr. Székely Kinga Katalin	
	laborator	-	
	proiect	-	
2.5. Anul de studiu	I	2.6. Semestrul	1
		2.7. Forma de verificare	E
		2.8. Tipul disciplinei	DOB
2.9. Categoria formativă	DF	2.10 Categoria disciplinei	DF
		2.11. Codul disciplinei	CBPK0031

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	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	56	Din care: 3.5. curs	28	3.6. seminar	28
3.4.o Din care online	-	3.5.o. curs	-	3.6. o. seminar	-
3.7. Numărul de puncte de credit conform planului de învățământ ⁶					5
3.8. Total ore pe semestru					140
3.9. Total ore studiu individual					84

⁶ 1 credit este corespunzător cu 28 ore de studiu

3.10. Distribuția fondului de timp pentru studiu individual:	ore
a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	20
b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	24
c) Pregătire seminarii, teme	30
d) Tutoriat	6
e) Examinări	4
f) Alte activități:	0

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	
4.2. de competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului	Sală de 25 curs dotată cu tablă interactivă, acces la internet.
5.2. De desfășurare a seminarului	Sală de seminar dotată cu tablă interactivă, acces la internet.

6. Rezultate ale învățării

Cunoștințe	Studentul/Absolventul: • C.6.1. Identifică principiile relațiilor publice și managementului reputației și factorii de influență asupra percepțiilor părților interesate sau asupra categoriilor de public în raport cu o organizație, cu marca (brandul) acesteia sau în raport cu o persoană; • C.6.2. Diferențiază între strategiile și design-urile de comunicare specifice diferitelor contexte de comunicare organizaționale sau situaționale (comunicarea în situații de risc, în situații de criză, pentru producția schimbării sociale, pentru elaborarea politicilor publice, a politicilor interne etc.).
-------------------	---

Aptitudini	Studentul/Absolventul: • A.6.1. Evaluează percepția publică, participă în rețele profesionale și inițiază conversații în raport cu o persoană publică, o organizație sau o marcă (brand); • A.7.1. Utilizează instrumente online pentru a comunica și partaja resurse în medii digitale; • A.7.2. Selectează subiecte comune cu alte persoane pentru facilitarea comunicării în context profesional; • A.7.5. Utilizează instrumente digitale pentru organizarea, colectarea, stocarea, extragerea, arhivarea și prelucrarea datelor, informațiilor și conținutului digital.
Responsabilitate și autonomie	Studentul/Absolventul: • R.6.1. Aplică principii și metodologii specifice domeniului pentru a realiza cercetări ale opiniei publice în raport cu un subiect, o persoană publică, o organizație, o marcă (brand); • R.6.2. Redactează comunicate de presă și produce alte materiale de relații publice, respectiv mesaje adaptate la specificul diferitelor canale media și platforme digitale pentru a fi utilizate în contextul comunicării unei persoane publice, organizații sau mărci (brand). • R.7.1 Inițiază legături cu alte persoane și colaborează cu acestea direct sau prin intermediul instrumentelor digitale; • R.7.3 Colaborează cu alte persoane în cadrul unor echipe pentru a rezolva probleme profesionale specifice; • R.7.4 Planifică/își asumă și respectă termene strânse pentru a realiza sarcini sau proiecte profesionale;

7. Obiectivele disciplinei

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Formarea unei înțelegeri de bază asupra domeniului relațiilor publice, prin însușirea conceptelor fundamentale, a modelelor teoretice și a principalelor instrumente utilizate în practică, astfel încât studenții să fie capabili să analizeze procesele de comunicare organizațională, să identifice rolul PR-ului în societate și să dezvolte competențe inițiale de aplicare a tehnicilor și strategiilor specifice în contexte reale sau simulate.
7.2. Obiectivele specifice	• Să înțeleagă principalele concepte, modele și teorii din domeniul relațiilor publice. • Să cunoască etapele unei campanii de PR și domeniile de aplicare ale acesteia. • Să redacteze materiale specifice PR-ului (comunicat de presă, mesaj pentru social media). • Să aplice tehnici de analiză a publicului și de selectare a canalelor de comunicare adecvate.

	Să demonstreze capacitatea de lucru în echipă, colaborare și asumarea rolurilor într-un proiect comun.
--	--

8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Fond de timp alocat / Observații
1. Curs introductiv, introducere generală în relațiile publice	prelegere interactivă, învățare prin problematizare, explicație și demonstrație, studii de caz	2 ore
2. Termeni de bază, rolul și funcția relațiilor publice		2 ore
3. Scurtă istorie a relațiilor publice		2 ore
4. Relațiile publice și activitățile, domeniile înrudite		2 ore
5. Specialistul în relațiile publice		2 ore
6. Identitatea și imaginea organizațiilor		2 ore
7. Instrumente și tehnici de relații publice I.		2 ore
8. Instrumente și tehnici de relații publice II.		2 ore
9. Redactarea materialelor de relații publice		2 ore
10. Canale și media de comunicare		2 ore
11. Relațiile cu presa tradițională și online I.		2 ore
12. Relațiile cu presa tradițională și online II.		2 ore
13. Managementul evenimentelor organizate pentru presă		2 ore
14. Managementul evenimentelor		2 ore

Bibliografie:

- SZÉKELY, Kinga Katalin: *Bevezetés a PR-be jegyzet (Introducere în relațiile publice)* 2025 – note de curs online puse la dispoziția studenților pe Classroom-ul disciplinei: [Jegyzet bevezetes a PR-be 2025.pdf](#)
- BUDAY-SÁNTHA, Andrea: A média és a nyilvánosság szerkezetváltozásának hatása a PR elveire és etikájára (Impactul schimbării structurii mass-mediei și a spațiului public asupra principiilor și eticii relațiilor publice), In.: Tudásmenedzsment, 22. (193-204 p.), 2021. https://www.researchgate.net/publication/357544886_A_media_es_a_nyilvanossag_szerkezetvalt_ozasanak_hatasa_a_PR_elveire_es_etikajara
- COMAN, Mihai: *Introducere în sistemul mass-media*. Iași, Polirom, 2016, 306 pagini
- KRISKÓ, EDINAA: Hogyan tanítsunk válságkommunikációt? Oktatói kézikönyv (Metode de predare a comunicării de criză. Ghid didactic), Nemzeti Közszerkesztési Egyetem, 2023, pp. 224 <https://openaccess.ludovika.hu/nke/catalog/view/34/234/635>
- NEWSOM, Doug et al: *Totul despre relațiile publice*. Editura Polirom, Iași 2010, 544 pagini
- NYÁRÁDI, Gáborné – SZELES, Péter: *Public Relations I*. Perfect Gazdasági Tanácsadó, 2005, 450 pagini
- OPREA, Dumitru – MEȘNIȚĂ, Gabriela – ALEXA, Marius: *Managementul evenimentelor personale, organizaționale, internaționale*. Editura Polirom, Iași 2016, 248 pagini.

- VARGA, Ákos: *PUBLIC RELATIONS. Kommunikáció vállalaton belül és kívül (RELĂȚII PUBLICE Comunicarea în cadrul și în afara întreprinderilor)*, Universitatea Corvinus, Budapesta, 2019 https://unipub.lib.uni-corvinus.hu/4276/1/PR_egyetemi_jegyzet2019.pdf

8.2. Seminar	Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații
1. Prezentare obiective, activități de cunoaștere, discuții introductive	proiecte de grup, dezbateri, studii de caz, workshop-uri practice	2 ore
2. Exerciții de vorbire și comunicare orală		2 ore
3. Exerciții de scriere aplicată în PR		2 ore
4. Cunoașterea diferențelor și punctelor comune între RP și publicitate prin exemple		2 ore
5. Relația dintre HR și RP, recrutarea de personal în domeniul RP		2 ore
6. Analiza imaginii organizațiilor		2 ore
7. Analize de filme RP		2 ore
8. Prezentare studii de caz		2 ore
9. Prezentare studii de caz		2 ore
10. Prezentare studii de caz		2 ore
11. Prezentare studii de caz		2 ore
12. Formularea și redactarea unui comunicat de presă		2 ore
13. Simularea unei conferințe de presă		2 ore
14. Analiza comunicării evenimentelor		2 ore

Bibliografie

- HORVÁTH Magyary, Nóra: *PR esetek haladóktól. (Studii de caz RP de la profesioniști)* Akadémiai Kiadó (Editura Akadémia), 2017 <https://mersz.hu/horvath-magyary-pr-esetek-haladoktol/>
- NEWSOM, Doug – CARRELL, Bob: *Redactarea materialelor de relații publice*. Editura Polirom, Iași 2011, 472 pagini.
- OANCEA, Dana (coord.): *The Golden Book of Romanian Public Relations. 15 ani de practică si reperele unei industrii*. Forum for International Communications, 2017
- SÓS, Péter János: *#megértjük egymást: beszélgetések a PR aktualitásáról. (#understandingeachother: discuții despre evenimentele actuale din domeniul relațiilor publice)* Akadémiai Kiadó (Editura Akadémia), Budapesta 2020, 96 pagini

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

Conținuturile disciplinei reflectă standardele și recomandările comunității epistemice și ale asociațiilor profesionale de profil, precum și cerințele angajatorilor din domeniu. Studenții dobândesc cunoștințe teoretice solide, competențe practice în comunicare organizațională și instrumente moderne de RP,

precum și o înțelegere a eticii și responsabilității profesionale, pregătindu-i să răspundă cerințelor actuale ale pieței muncii și ale mediului profesional.

10. Evaluare

A. Condiții de îndeplinit pentru prezentarea la evaluare:

Prezență la seminarii (70%).

Participarea la evaluare finală este condiționată de promovarea seminarului.

B. Criterii, metode și ponderi în evaluare:

Tip activitate		10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs		• Înțelegerea conceptelor fundamentale și a modelelor de RP; • Capacitatea de a explica corect terminologia specifică; • Capacitatea de a face legătura între teorie și exemple reale din domeniu.	Evaluare orală pe bază de subiecte preformulate.	25%
		• Claritatea și structura prezentării orale. • Capacitatea de a analiza studii de caz	Prezentare de studiu de caz	25%
10.5.	Seminar	• Implicarea la discuții și activități; • Creativitatea și aplicarea corectă a instrumentelor de PR; • Capacitatea de a analiza corect și relevant conținuturile de RP	Evaluare continuă	50%
10.6. Standard minim de performanță				
• Să cunoască și să definească conceptele fundamentale din RP • Să elaboreze un studiu de caz. • Să participe activ la seminarii.				

Data completării:

02.09.2025.

Semnătura titularului disciplinei
Lect. univ. dr. Székely Kinga Katalin

Semnătura titularului/rilor de aplicații
Lect. univ. dr. Székely Kinga Katalin

Data avizării în departament
08. 09. 2025.

Semnătura directorului de departament
Prof. univ. dr. Nistor Laura

Semnătura responsabilului programului de studii
Conf. univ. dr. Kósa István

FIȘA DISCIPLINEI
pentru anul universitar 2025/26

Aprobat prin decizia Consiliului
Facultății nr. 1013/10. 09. 2025

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Sapienția din Cluj-Napoca
1.2. Facultatea/ DPPD	Facultatea de Științe Economice, Socio-Umane și Inginerești, Miercurea Ciuc
1.3. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.4. Ciclul de studii	Licență
1.5. Programul de studiu	Comunicare și relații publice
1.6. Calificarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.0. Departamentul				Departamentul de Științe Sociale			
2.1. Denumirea disciplinei				Introducere în sistemul mass-media			
2.2. Tipul activității				Asistat integral	Asistat parțial:		Neasistat
				-	-		-
2.3. Titularul disciplinei /Titularul cursului				Prof. emerit dr. Bodó Julianna			
2.4. Titularul(ii) activităților de			seminar	Conf. univ. dr. Hubbes László			
			laborator	-			
			proiect	-			
2.5. Anul de studiu	I	2.6. Semestrul	1	2.7. Forma de verificare	E	2.8. Tipul disciplinei	DOB
2.9. Categoria formativă	DF	2.10 Categoria disciplinei	DF	2.11. Codul disciplinei	CBPK0020		

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	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	56	Din care: 3.5. curs	28	3.6. seminar	28
3.4.o Din care online	-	3.5.o. curs	-	3.6. o. seminar	-
3.7. Numărul de puncte de credit conform planului de învățământ ⁷					5
3.8. Total ore pe semestru					140
3.9. Total ore studiu individual					84
3.10. Distribuția fondului de timp pentru studiu individual:					ore

⁷ 1 credit este corespunzător cu 28 ore de studiu

a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	25
b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	25
c) Pregătire seminarii, teme	24
d) Tutoriat	6
e) Examinări	4
f) Alte activități:	-

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	
4.2. de competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului	Sală de curs dotată cu tablă interactivă, acces la internet.
5.2. De desfășurare a seminarului	Sală de seminar dotată cu tablă interactivă, acces la internet.

6. Rezultate ale învățării

Cunoștințe	Studentul/Absolventul: C.1.1.: identifică principalele arii de cercetare în științe ale comunicării - comunicatori, structuri instituționale; C.2.2.: identifică concepte referitoare la public și audiența mass-media, metode de măsurare, precum și indicatori de audiență specifici canalului tehnologic de comunicare mediatică; C.2.4.: identifică elementele care joacă un rol în procesul de formare a opiniei publice, prin care percepțiile și opiniile față de o chestiune în discuție publică sunt formate și întărite, cum ar fi cadrajul informațiilor, tendințele și interesele publicului, procesele psihice și conformismul.
Aptitudini	Studentul/Absolventul: A.3.1.: aplică practici de producție potrivite pentru diferite tipuri de conținuturi și moduri de expresie (text, fotografie, audio, video) și tipuri de canale media: presa tipărită, televiziunea, radioul, cinematografia, presa online, platformele digitale, aplicațiile mobile; A.4.4.: interpretează valorile și mesajele ideologice și culturale încorporate în produsele media.

Responsabilitate și autonomie	Studentul/Absolventul: R.2.1. : evaluează caracteristicile reprezentării în mass-media și platformele digitale a unei teme, unei persoane, unui grup sau unei categorii sociale; R.2.2. : utilizează modelele de comunicare, teorii media și indicatori de audiență pentru a proiecta, adapta sau evalua planuri media; R.2.3. : analizează critic pluralitatea de interpretări date și de opinii formulate în contextul reprezentării media a subiectelor și evenimentelor curente.
--------------------------------------	--

7. Obiectivele disciplinei

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Obiectivul general al disciplinei constă în conceptualizarea locului și importanței mass-mediei în cadrul științelor sociale, prin dobândirea de cunoștințe cu privire la abordările teoretice și practice ale sistemului de mass media.
7.2. Obiectivele specifice	Cunoașterea principalelor elemente și concepte specifice mass-media. Cunoașterea diferitelor tipuri de mass-media și a formelor de comunicare specifice acestora. Formarea de cunoștințe cu privire la abordările specifice fenomenelor mediatice în era globalizării și hiperrealității. Cunoașterea metodelor specifice de cercetare ale fenomenelor asociate mass media.

8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Fond de timp alocat / Observații
1. Curs introductiv – caracteristicile disciplinei	prelegere, explicație, demonstrație	2 ore
2. Comunicarea directă și indirectă. Conceptul sociologic de masă		2 ore
3. Societatea de masă. Cultura de masă		2 ore
4. Caracteristicile comunicării de masă		2 ore
5. Funcțiile socio-culturale ale mass-media. Funcția de informare și de interpretare		2 ore
6. Funcțiile socio-culturale ale mass-media2. Funcția de culturalizare și de divertisment		2 ore
7. Rolul presei în societate1.		2 ore
8. Rolul presei în societate2.		2 ore
9. Imperialismul cultural		2 ore
10. Globalizarea și glocalizarea în domeniul mass-media		2 ore
11. Ritualizare și mitologizare în mass media		2 ore

12. Teoriile conspirative in mass-media		2 ore
13. Fake news		2 ore
14. Panica morala		2 ore

Bibliografie:

Bodó, Julianna (2019) Dilemmák között. Pedagógusok és szülők a gyermekek internethasználatáról. (Între dileme. Educatorii și părinții despre utilizarea internetului de către copii) In: Péter Tóth – Kinga

Kárpát-medencei Oktatási Konferencia tanulmánykötete Proceedings of the 4th Carpathian Basin Educational Conference. ISBN 978-80-8122-310-5, 520-530 pp

Biró, A. Zoltán – Bodó, Julianna – Székely, Kinga Katalin 2019 (coord. szerk.), Család – Iskola – Média. A média hatása a gyermekekre és fiatalokra. (Familie - Scoala - Media. Influența mass-media asupra copiilor și tinerilor) Státus Kiadó, Csíkszereda, ISBN 978-606-661-095-7, 279. pp.

Biró A., Zoltán – Bodó, Julianna (coord.) 2018. *Kínálatok és választások. A média hatása a gyermekekre és fiatalokra.* (Oferte și opțiuni. Impactul mass-media asupra copiilor și tinerilor). Ed. Státus Kiadó, Miercurea Ciuc, 280 pagini.

Biró A., Zoltán – Bodó, Julianna (coord..) 2017. *Eszközök és tartalmak. A média hatása a gyermekekre és fiatalokra.* (Instrumente și conținut. Impactul mass-media asupra copiilor și tinerilor) Ed. Státus Kiadó, Miercurea Ciuc, 227 pagini.

Biró A., Zoltán – Bodó, Julianna (coord..) 2017. *Internet az iskolában, internet a családban. A média hatása a gyermekekre és fiatalokra.* (Internetul la școală, internetul în familie. Impactul mass-media asupra copiilor și tinerilor). Ed. Státus Kiadó, Miercurea Ciuc, 306 pagini.

Coman, Mihai, *Introducere în sistemul mass-media*, Polirom, Iași 2007, 306 pagini.

McQuail, Denis, *A tömegkommunikáció elmélete* (Teoria mass-media). Ed. Osiris Kiadó, Budapest, 2003. 788 pagini.

Mitarca, Monica-Elena: *Mass media vs social media*, Editura Pro Universitaria, Bucuresti, 2016, 100 pagini.

Grigorasi, Cătălina: Facebook, mișcări sociale și construcția unui spațiu public alternativ, Editura Comunicare.ro, Bucuresti, 2017, 208 pagini (https://aman.ro/betawp/wp-content/uploads/ebook/snsa/Facebook_miscari_sociale.pdf)

8.2. Seminar	Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații
1-2. Seminar introductiv - inventarierea și evaluarea cunoștințelor și experiențelor în lumea instrumentelor TIC, a internetului și a mediilor sociale	Discuții, prelegeri, deliberări, referate și	4 ore

3-4. Societatea digitală și mass-media – nativi digitali, imigranți digitali	studii de caz prezentate de către studenți	4 ore
5-6. Societatea mobilă și mass-media – comunicații mobile (telefonie), tehnologie portabilă		4 ore
7-8. Televiziunea versus internetul (+ versus internetul mobil) – tipuri de (multi)media concurente – Radioul și televiziunea virtualizate – lumea podcasturilor, streamingului online și a canalelor video		4 ore
9-10. Politica în hipermedia – revoluțiile tehnologice ale web 2.0 (telefonie mobilă, Facebook, bloguri, Twitter - X, recrutarea prin videoclipuri etc.)		4 ore
11-12. Spații media și limbaje media renașcente: spațiul cibernetic, valuri web – web1, web2, web3		4 ore
13-14. Recapitularea temelor discutate, discutarea concluziilor privind rolul social media în viața cotidiană		4 ore
Bibliografie:		
Blogul disciplinei cu bibliografia utilizată: Hubbes, László: Hipermedia: Az online kommunikáció világa (Hipermedia: Lumea comunicării online): https://etervilag.wordpress.com/		

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

Disciplina are o abordare contemporană prin cunoașterea celor mai recente teorii și tematizări în domeniul mass-media și prin cunoașterea și aplicarea metodelor de analiză ale diferitelor forme în domeniul mass-media, inclusiv media digitală. Cunoștințele despre funcționarea mediei contemporane sunt actuale și relevante în societatea modernă și postmodernă, unde media are un rol din ce în ce mai important.

10. Evaluare

A. Condiții de îndeplinit pentru prezentarea la evaluare:

Prezență la seminarii (70%)

Participarea la evaluare finală este condiționată de promovarea seminarului.

B. Criterii, metode și ponderi în evaluare:

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs	Înțelegerea, explicarea și interpretarea cunoștințelor însușite, utilizarea cunoștințelor și	Examen oral după subiecte formulate	60%

		abilităților în abordarea unor probleme teoretice și practice, gândire critică și combinativă în prelucrarea informațiilor		
10.5.	Seminar	Rezolvarea de probleme teoretice și practice privind temele studiate, în mod independent și în activități de grup. Susținerea unui referat realizat pe baza bibliografiei și cercetării personale a fenomenului studiat	Evaluare pe parcurs	40%
10.6. Standard minim de performanță				
Cunoașterea principalelor elemente și concepte specifice mass-media. Capacitatea de a diferenția diferite tipuri de mass-media și descrierea principalelor caracteristici ale acestora. Cunoașterea a minim două metode de cercetare specifice disciplinei.				

Data completării:

02.09.2025.

Semnătura titularului disciplinei

Prof. emerit dr. Bodó Julianna

Semnătura titularului/rilor de aplicații

Conf. univ. dr. Hubbes László

Data avizării în departament

08. 09. 2025.

Semnătura directorului de departament

Prof. univ. dr. NISTOR Laura

Semnătura responsabilului programului de studii

Conf. univ. dr. KÓSA István

FIȘA DISCIPLINEI
pentru anul universitar 2025/26

Aprobat prin decizia Consiliului
Facultății nr. 1013/10. 09. 2025

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Sapientia din Cluj-Napoca
1.2. Facultatea/ DPPD	Facultatea de Științe Economice, Socio-Umane și Inginerești, Miercurea Ciuc
1.3. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.4. Ciclul de studii	Licență
1.5. Programul de studiu	Comunicare și relații publice
1.6. Calificarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.0. Departamentul				Departamentul de Științe Sociale			
2.1. Denumirea disciplinei				Introducere în științele comunicării			
2.2. Tipul activității				Asistat integral	Asistat parțial:		Neasistat
				-	-		-
2.3. Titularul disciplinei /Titularul cursului				Prof.emerit dr.Biró Zoltán			
2.4. Titularul(ii) activităților de			seminar	Prof. emerit dr.Biró Zoltán			
			laborator	-			
			proiect	-			
2.5. Anul de studiu	I	2.6. Semestrul	1	2.7. Forma de verificare	E	2.8. Tipul disciplinei	DOB
2.9. Categoria formativă	DF	2.10 Categoria disciplinei	DF	2.11. Codul disciplinei	CBPK0010		

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	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	56	Din care: 3.5. curs	28	3.6. seminar	28
3.4.o Din care online	-	3.5.o. curs	-	3.6. o. seminar	-
3.7. Numărul de puncte de credit conform planului de învățământ ⁸					5
3.8. Total ore pe semestru					140
3.9. Total ore studiu individual					84

⁸ 1 credit este corespunzător cu 28 ore de studiu

3.10. Distribuția fondului de timp pentru studiu individual:	ore
a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	34
b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	25
c) Pregătire seminarii, teme	15
d) Tutoriat	6
e) Examinări	4
f) Alte activități:	0

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	
4.2. de competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului	Sală de curs dotată cu tablă interactivă, acces la internet.
5.2. De desfășurare a seminarului	Sală de seminar dotată cu tablă interactivă, acces la internet.

6. Rezultate ale învățării

Cunoștințe	Studentul/Absolventul: C.1.1. identifică principalele arii de cercetare în științe ale comunicării - comunicatori, structuri instituționale, organizații, conținut, canal, public/audiențe, efecte; C.2.1. identifică principalele teorii, modele și elemente ale comunicării directe și mediate tehnologic, în contextul comunicării de masă și comunicării mediate de computer;
Aptitudini	Studentul/Absolventul: A.2.1. selectează modelele care explică o situație de comunicare în contextul unei probleme profesionale; A.2.2. analizează caracteristicile, nevoile și așteptările publicului-țintă utilizând modele, grile, teste, proceduri și aplicații software adecvate în contextul comunicării publice profesionale; A.2.3. adaptează mesajele la diverse situații și categorii sau segmente de public în contextul comunicării profesionale.

Responsabilitate și autonomie	Studentul/Absolventul: R.2.1. evaluează caracteristicile reprezentării în mass-media și platformele digitale a unei teme, unei persoane, unui grup sau unei categorii sociale; R.2.2. utilizează modelele de comunicare, teorii media și indicatori de audiență pentru a proiecta, adapta sau evalua planuri media.
--------------------------------------	--

7. Obiectivele disciplinei

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Obiectivul general al disciplinei are în vedere introducerea în teoria comunicării, prin: însușirea conceptelor fundamentale, a modelelor teoretice și a principalelor instrumente utilizate în practica de comunicare.
7.2. Obiectivele specifice	Obiectivele specifice ale disciplinei au în vedere: cunoașterea metodelor specifice de cercetare ale disciplinei; înțelegerea principalelor concepte, modele și teorii din domeniul comunicării; aplicarea tehnicilor de analiză a publicului-țintă și de selectare a canalelor de comunicare adecvate.

8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Fond de timp alocat / Observații
1. Curs introductiv – caracteristicile disciplinei	• explicație și demonstrație • învățare prin problematizare, • studii de caz	2 ore
2. Semne și simboluri		2 ore
3. Cod și limbaj. Prezentarea unei teorii de comunicare		2 ore
4. Informație, comunicare. Prezentarea unei teorii de comunicare		2 ore
5. Contextul. Prezentarea unei teorii de comunicare		2 ore
6. Comunicarea directă și indirectă. Prezentarea unei teorii de comunicare		2 ore
7. Actul de comunicare. Prezentarea unei teorii de comunicare		2 ore
8. Locul comun. Prezentarea unei teorii de comunicare		2 ore
9. Comunicare și construirea realității. Prezentarea unei teorii de comunicare		2 ore
10. Etnografia comunicării. Prezentarea unei teorii de comunicare		2 ore
11. Regulile rituale ale comunicării. Prezentarea unei teorii de comunicare		2 ore
12. Sistemul comun ca sistem cultural interactiv. Prezentarea unei teorii de comunicare		2 ore
13. Teoria narativității		2 ore
14. Curente de cercetare		2 ore

Bibliografie:

Biró, A. Zoltán – Részeg, Imola. *Bevezetés a kommunikáció elméletébe*. (Introducere în teoria comunicării). Ed. Státus Kiadó, Miercurea Ciuc, 2010. 179 pagini

Gerbner, George. *Kulturális mutatók* (Indicatorii culturali), în *Comunicare I.*, editat de Horányi Özséb, Ed. General Press, Budapesta, 2003. p. 277–289

Holló, Dorottya. *Értsünk szót!* (Să ne înțelegem). Budapesta, Akadémiai Kiadó, 2019, https://mersz.hu/dokumentum/m592esz_2/#m592esz_0

Horányi, Özséb. *Kommunikáció I-II.* (Comunicare I-II). Ed. Generál Press Kiadó, Budapesta, 2003, 368 pagini.

Lesenciuc, Adrian. *Teoria comunicării*. Editura AFA Henri Coandă, Brașov, 2017. (https://www.afahc.ro/ro/facultate/cursuri/2017_teorii_ale_comunicarii.pdf)

Stănciugelu, Irina, *Teoria comunicării*. Tritonic, București 2014. <http://aman.ro/betawp/wp-content/uploads/ebook/snsa/Teoria-comunicarii.pdf>

Szécsi, Gábor. *A történetekbe zárt elme*. (Mintea narativă). Budapesta, Akadémiai Kiadó, 2023, pp. 27-52. https://mersz.hu/dokumentum/m1132atze_2/#m1132atze_0

8.2. Seminar	Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații
1. Seminar introductiv	• dezbateri • interpretarea și discutarea unui text • muncă individuală • studii de caz	2 ore
2. Axiomele comunicării.		2 ore
3. Informația și comunicarea		2 ore
4. Modelul matematic al comunicării. Interpretarea și discutarea unui text		2 ore
5. Alte modele ale comunicării. Interpretarea și discutarea unui text		2 ore
6. Ce este comunicarea? 1. Interpretarea și discutarea unui text		2 ore
7. Ce este comunicarea? 2.		2 ore
8. Evaluare		2 ore
9. Teoria actelor de vorbire 1. Interpretarea și discutarea unui text		2 ore
10. Teoria actelor de vorbire 2. Interpretarea și discutarea unui text		2 ore
11. Capacitatea de a comunica. Interpretarea și discutarea unui text		2 ore
12. Comunicarea și evoluția. Interpretarea și discutarea unui text		2 ore
13. Analiza comportamentului comunicațional al animalelor. Interpretarea și discutarea unui text		2 ore
14. Comunicarea verbală și comunicarea vizuală		2 ore

Bibliografie:

Béres, István, Horányi, Özséb. *Társadalmi kommunikáció*. (Comunicare socială), Ed. Osiris, Budapesta, 1999. 415 pagini

Dawkins, Marian S., *Analiza comportamentului comunicațional al animalelor*, în *Comunicare I.*, editat de Horányi Özséb, Ed. General Press, Budapesta, p. 60 – 74.

Griffin, Em, *Bevezetés a Kommunikációelméletbe*, Ed. Harmat, Budapesta, 2001(Capitolul 17, 18.), pp. 78-167

Terestyéni, Tamás, *Comunicare și evoluție*, în *Teoria comunicării*, Ed. Akti-Typotex, Budapesta, 2006. pp. 193 – 215.

Watzlawick, Paul, Beavin, Janet B., Jackson, Doti. D., *Cele două axiome ale comunicării*, în *Comunicare I.*, editat de Horányi Özséb, Ed. General Press, Budapesta, s.a., pp. 98 – 101.

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

Pe lângă abordările clasice, disciplina este focalizată pe cunoașterea celor mai recente teorii și tematizări în domeniul comunicării. Predarea conținuturilor are loc prin aplicarea metodelor de analiză ale diferitelor forme de comunicare și prin identificarea principalelor teorii, modele și elemente ale comunicării mediate tehnologic.

10. Evaluare

A. Condiții de îndeplinit pentru prezentarea la evaluare:

- Participarea la evaluare finală este condiționată de promovarea seminarului
- Prezență la seminarii (75%)

B. Criterii, metode și ponderi în evaluare:

Tip activitate		10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs		Înțelegerea, explicarea și interpretarea cunoștințelor însușite, utilizarea cunoștințelor în abordarea unor probleme teoretice și practice. Claritatea și structura explicațiilor. Capacitatea de a explica corect terminologia specifică.	Examen oral pe bază de subiecte preformulate	50%
10.5.	Seminar	Implicarea activă în discuții și activități;	Evaluare continuă	50%

10.6. Standard minim de performanță
● Să aibă o înțelegere de bază a teoriilor și conceptelor de bază ale comunicării prin capacitatea de a diferenția teoriile discutate. ● Să participe activ la seminarii.

Data completării:

02.09.2025.

Semnătura titularului disciplinei

Prof. emerit dr. Biró Zoltán

Semnătura titularului/rilor de aplicații

Prof.emerit.dr. Biró Zoltán

Data avizării în departament

08. 09. 2025.

Semnătura directorului de departament

Prof. univ. dr. NISTOR Laura

Semnătura responsabilului programului de studii

Conf. univ. dr. KÓSA István

FIȘA DISCIPLINEI

pentru anul universitar 2025/26

Aprobat prin decizia Consiliului
Facultății nr. 1013 / 10.09.2025

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Sapientia din Cluj-Napoca
1.2. Facultatea/ DSPP	Științe Economice, Socio-Umane și Inginerești din Miercurea-Ciuc
1.3. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.4. Ciclu de studii	Licență
1.5. Programul de studiu	Comunicare și relații publice
1.6. Calificarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.0. Departamentul	Științe Umane		
2.1. Denumirea disciplinei	Limba străină: Limba engleză I.		
2.2. Tipul activității	Asistat integral	Asistat parțial:	Neasistat
	X		
2.3. Titularul disciplinei /Titularul cursului			
2.4. Titularul(ii) activităților de	seminar		
	laborator	Conf. univ. dr. Ajtony Zsuzsa, Asist. univ. drd. Maguşar Márton Andrea	
	proiect		
2.5. Anul de studiu	I	2.6. Semestrul	1
		2.7. Forma de verificare	VP
		2.8. Tipul disciplinei	DOB
2.9. Categoria formativ	DC	2.10 Categoria disciplinei	-
		2.11. Codul disciplinei	CBHX0011

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	2	Din care: 3.2. curs	-	3.3. laborator	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	28	Din care: 3.5. curs	-	3.6. laborator	28
3.4.o Din care online	-	3.5.o. curs	-	3.6. laborator	-
Numărul de puncte de credit conform planului de învățământ ⁹					3
3.8. Total ore pe semestru					84
3.9. Total ore studiu individual					56
3.10. Distribuția fondului de timp:					ore
a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					36
b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					20
c) Pregătire laboratoare, teme					-
d) Tutoriat					-
e) Examinări					-
f) Alte activități:					-

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Nu este cazul
4.2. de competențe	Nu este cazul

5. Condiții (acolo unde este cazul)

⁹ 1 credit este corespunzător cu 28 ore de studiu

5.1. De desfășurare a cursului	
5.2. De desfășurare a laboratorului	1. Prezența la orele de laborator este obligatorie pentru toți studenții. 2. Pe parcursul desfășurării seminarelor, studenții trebuie să dea curs solicitărilor cadrului didactic de a rezolva aplicații practice (atât la tablă cât și în bancă) respectiv de a răspunde la întrebări legate de materie. 3. Nu se acceptă discuții în afara ariei de studiu și în timpul explicațiilor oferite de către cadrul didactic iar telefoanele mobile vor fi setate pe profilul silențios sau închise, 4. În timpul orelor de laborator nu se consumă băuturi și nu se servește mâncare. 5. Distribuirea materialelor didactice complementare orelor de engleză către studenți în mod online prin suprafața Google Classroom asigurată de Universitate.

6. Rezultate ale învățării

Cunoștințe	• Studentul cunoaște sistemul de reguli și componentele limbii engleze care permit o comunicare eficientă în diverse contexte, de la conversații cotidiene la discuții profesionale. • Studentul posedă un vocabular bogat, care acoperă toate aspectele conversațiilor informale și unele aspecte ale discuțiilor profesionale.
Aptitudini	• Studentul poate elabora un discurs oral/scriș complex, bogat lexical și sintactic, articulat precis din punct de vedere logic, pe o temă dată. • Studentul utilizează sistemul fonetic, gramatical și lexical al limbii engleze în producerea de texte și în interacțiunea verbală la nivel A2/B1/ B2/ C1. • Studentul poate să producă texte orale și scrise la nivel, adaptând vocabularul și stilul în funcție de destinatar, de tipul de text și de subiectul tratat. • Studentul poate redacta un document scris la nivel A2/B1/ B2/ C1 pentru argumentarea unui punct de vedere pe o anumită temă, coerent și corect din punct de vedere lingvistic, adaptat contextului și domeniului de interes; argumentarea orală, la nivel minim A2/B1/ B2/ C1.
Responsabilitate și autonomie	• Studentul este capabil să aplice cunoștințele lingvistice dobândite în timpul educației formale în situații din viața reală și să le utilizeze în mod spontan într-o varietate de contexte. • Studentul este pregătit să-și identifice propriile lacune lingvistice (de exemplu, un vocabular mai specific legat de un anumit domeniu), și este capabil să elaboreze și să pună în aplicare un plan de studiu individual pentru a-și îmbunătăți cunoștințele lingvistice.

7. Obiectivele disciplinei

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Ridicarea nivelului de cunoaștere a limbii engleze al studenților în așa fel, încât ei să fie capabili de a comunica eficient, precis și corect atât în domeniile generale, cât și în cele profesionale.
7.2. Obiectivele specifice	• Dezvoltarea aptitudinilor comunicative în limba engleză, aprofundarea cunoștințelor gramaticale și lexicale, însușirea tehnicii de traducere și de alcătuire de texte; • În vederea dezvoltării deprinderilor comunicative, activitățile aplicate în timpul orelor sunt destinate formării deprinderilor necesare pentru o comunicare eficientă în limba engleză, ceea ce înseamnă cele patru competențe: capacitatea de receptare a mesajului oral, capacitatea de exprimare orală, capacitatea de receptare a mesajului scris și capacitatea de exprimare scrisă; • Activitățile aplicate în timpul orelor includ elemente care subliniază caracterul interpersonal și social a comunicării, și stimulează o comunicare sinceră și deschisă spre compromisuri printre studenți pentru a realiza o atmosferă favorabilă și un spirit de echipă.

8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Fond de timp alocat / Observații
Nu este cazul		
8.2. Laborator	Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații
PRE-INTERMEDIATE LEVEL Unit 1 A. Who's who? Word order in questions. Common verb phrases. Taking about dates and times B. Who knows you better? Present simple. Family, personality adjectives. Describing a person C. At the Moulin Rouge. Present continuous. The body, prepositions of place Understanding a guide D. The Devil's dictionary. Defining relative clauses. Expressions for paraphrasing. TV game show Practical English: At the airport Writing: Describing yourself Unit 2 A. Right place, wrong time. Past simple, regular and irregular verbs. Holidays. The Holiday Magazine B. A moment in time. Past continuous. Prepositions of time and place. Describing a famous photo C. Fifty years ago. Questions with/without auxiliaries. Pop music. Who wrote Imagine? D. One October evening. So, because, but, although. Verb phrases. Re-telling a story Practical English: At the conference hotel Writing: The story behind a photo Unit 3 A. Where are you going? Going to for future arrangements. Opposite verbs. Airport stories B. The pessimist's phrase book. Will/won't for predictions. Opposite verbs. Making positive predictions C. I'll always love you. Will/won't for decisions. Phrasal verbs with back. Song: White flag D. I was only dreaming. Review of tenses. Verbs+prepositions. Promises, promises Practical English: Restaurant problems Writing: An informal letter Unit 4 A. From rags to riches. Present perfect of experience. Clothes. Street interviews: Zara B. Family conflicts. Present perfect simple + yet, just, already. Verb phrases. Problems with your teenage children? C. Faster, faster! Comparatives. Time expressions. Questionnaire: are you living faster? D. The world's friendliest city. Superlatives. Opposite adjectives. Talking about experiences Practical English: Lost in San Francisco Writing: Describing where you live Revision, practice	• Activități interactive • Interpretare de roluri • Dezbateri • Identificarea soluțiilor • Posibile • Prezentare și explicație frontală • Discuții în perechi/grupuri/plen • Problematizare • Exersarea contextuală a limbii • Prezentări teoretice • Scriere liberă • Discuții argumentative • Studiu individual	6 ore 6 ore 6 ore 6 ore 4 ore

INTERMEDIATE LEVEL Unit 1 A. Food or pleasure? Present simple and continuous. Food and restaurants. Talking about eating habits B. If you really want to win, cheat. Past tenses. Sports. Telling and anecdote C. We are family. Future forms. Family, personality. Position in the family Practical English: Introductions Writing: Describing a person Unit 2 A. Ka-ching! Present perfect and past simple. Money, phrasal verbs. Money questionnaire B. Changing your life. Present perfect continuous. Strong adjectives. How long...? C. Race to the sun. Comparatives and superlatives. Transport and travel words. Talking about road safety Practical English: In the office Writing: Telling a story Unit 3 A. Modern manners. Must, have to, should for obligation. Mobile phones. Interview about politeness B. Judging by appearances. Must, may, might, can't for deduction. Describing people. Matching people with their jobs C. If at first you don't succeed. Can/could/be able to for ability and possibility. -ed and -ing adjectives Practical English: Renting a flat Writing: An informal letter Revision, practice	• Activități interactive • Interpretare de roluri • Dezbateri • Identificarea soluțiilor • Posibile • Prezentare și explicație frontală • Discuții în perechi/grupuri/plen • Problematicare • Exersarea contextuală a limbii • Prezentări teoretice • Scriere liberă • Discuții argumentative • Studiu individual	8 ore 8 ore 8 ore 4 ore
UPPER-INTERMEDIATE LEVEL Unit 1 A. Question formation. Working out meaning from context B. It's a mystery. Auxiliary verbs, comparatives. Unit 2 A. Doctor, doctor! Illnesses and injuries. Present Perfect Simple and Continuous. B. Act your age. Clothes and fashion. Using adjectives as nouns, adjective order. Unit 3 A. Fasten your seat belts. Air travel. Narratives tenses, Past Perfect Continuous. B. A really good ending? Adverbs and adverbial phrases. Colloquial English. Revision.	• Activități interactive • Interpretare de roluri • Dezbateri • Identificarea soluțiilor • Posibile • Prezentare și explicație frontală • Discuții în perechi/grupuri/plen • Problematicare • Exersarea contextuală a limbii • Prezentări teoretice • Scriere liberă • Discuții argumentative • Studiu individual	8 ore 8 ore 8 ore 4 ore
Bibliografie 1. Ajtony, Zsuzsanna. <i>Complement Clauses in English. That-, Infinitive, and ING-Complements</i>. Colecția Studium 3/2017. Sfântu Gheorghe: Editura T3. ISSN 2286-0363, ISSN-L 2286-0363. https://tananyag.wordpress.com/wp-content/uploads/2018/06/ajtony-complement-clauses.pdf 2. Oxenden, Clive and Latham-Koenig, Christina with Seligson, Paul and MacAndrew, Richard. 2018. New English File Pre-Intermediate. Student's Book. OUP. (57 buc. în bibliotecă) 3. Oxenden, Clive and Latham-Koenig, Christina with Seligson, Paul. 2012. New English File Pre-Intermediate. Workbook with Key. Oxford: OUP. (29 buc. în bibliotecă) 4. Oxenden, Clive and Latham-Koenig, Christina with Byrne, Tracy. 2015. New English File Intermediate. Student's Book. OUP. (35 buc. în bibliotecă)		

5. Oxenden, Clive and Latham-Koenig, Christina. 2013. New English File Intermediate. Workbook with Key. Oxford: OUP. (25 buc. în bibliotecă)
6. Oxenden, Clive and Latham-Koenig, Christina. 2013. New English File Intermediate Class Audio CDs. Oxford: OUP. (3 buc. în bibliotecă)
7. Latham-Koenig, Christina, Oxenden, Clive and Chomacki Kate. 2020. English File Upper-Intermediate Student's Book. Oxford: OUP.
8. Latham-Koenig, Christina, Oxenden, Clive and Chomacki Kate. 2020. English File Upper-Intermediate Workbook. Oxford: OUP.
9. Latham-Koenig, Christina, Oxenden, Clive and Chomacki Kate. 2020. English File Upper-Intermediate Class Audio CDs. Oxford: OUP.
10. Cotton, David; Falvey, David and Kent, Simon. 2011. Market Leader Course Book: Intermediate Business English. London: Pearson Longman. (25 buc. în bibliotecă)
11. Szabó, Szilvia and Papp, Eszter. 2013. How to pass ECL exam?: level B1, B2, C1. Nyíregyháza: Szabó Nyelviskola és Fordítóiroda. (1 buc. în bibliotecă)
12. Szabó, Szilvia and Papp, Eszter. 2013. How to pass ECL exam?: level B1, B2, C1. CD- ROM. Nyíregyháza: Szabó Nyelviskola és Fordítóiroda. (1 buc. în bibliotecă)
13. Szabó, Szilvia and Collins, Michael. 2010. Level C1 ECL Practice Exams.
14. Betsis, Andrew and Mamas, Lawrence. 2015. Successful FCE. 10 Practice Tests.

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

Conținutul disciplinei este în concordanță cu ceea ce se predă în alte centre universitare din țară și din străinătate și cu misiunea și obiectivele specializării, fiind astfel conceput, încât să asigure o pregătire sistematică a studenților și, în același timp, să fie evitate suprapunerile în ceea ce privește conținutul tematic al disciplinelor. În privința adaptării la cerințele pieței muncii a conținutului disciplinei au avut loc întâlniri cu reprezentanți de specialitate.

10. Evaluare

A. Condiții de îndeplinit pentru prezentarea la evaluare:

Evaluarea este condiționată de frecventarea și promovarea laboratoarelor, respectiv de predarea la timp a temelor. Prezența la laboratoare este obligatorie 100%.

B. Criterii, metode și ponderi în evaluare:

Tip activitate		10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs				
10.5.	Seminar/ Laborator	Insușirea și aplicarea normelor limbii engleze literare discutate pe parcursul orelor de laborator (norme gramaticale, ortografice, punctuaționale și stilistice) în exprimarea orală și scrisă.	Mai multe teste în cursul semestrului	100%
10.6. Standard minim de performanță				
Evaluarea este condiționată de frecventarea și promovarea laboratoarelor. Prezența la activitățile de laborator este obligatorie 100%. Abilitatea de folosire corectă a fenomenelor lingvistice specifice domeniului, în cel puțin 50% din itemii testelor de evaluare de nivel A2/B1/ B2/ C1 (în funcție de nivelul Pre-Intermediate/ Intermediate/ Upper-Intermediate).				

Data completării

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului/rilor de aplicații
Conf. univ. dr. Ajtony Zsuzsa,

07.09.2025

Asist. univ. drd. Magušar Márton Andrea,

Data avizării în
departament

Semnătura directorului de departament

Semnătura responsabilului programului
de studii

09.09.2025

Prof. univ. dr. Nistor Laura

Conf. univ. dr. Kósa István

FIȘA DISCIPLINEI
pentru anul universitar 2025/26

Aprobat prin decizia Consiliului
Facultății nr. 1013 / 10.09.2025

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Sapientia din Cluj-Napoca
1.2. Facultatea/ DSPP	Științe Economice, Socio-Umane și Inginerești din Miercurea-Ciuc
1.3. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.4. Ciclul de studii	Licență
1.5. Programul de studiu	Comunicare și relații publice
1.6. Calificarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.0. Departamentul				Științe Umane							
2.1. Denumirea disciplinei				Limba străină: Limba engleză II.							
2.2. Tipul activității				Asistat integral		Asistat parțial:		Neasistat			
2.3. Titularul disciplinei /Titularul cursului											
2.4. Titularul(ii) activităților de			seminar								
			laborator	Conf. univ. dr. Ajtony Zsuzsa, Asist. univ. drd. Maguşar Márton Andrea							
			proiect								
2.5. Anul de studiu		I	2.6. Semestrul		2	2.7. Forma de verificare		VP	2.8. Tipul disciplinei		DOB
2.9. Categoria formativ		DC	2.10 Categoria disciplinei		-	2.11. Codul disciplinei		CBHX0012			

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	2	Din care: 3.2. curs	-	3.3. laborator	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	28	Din care: 3.5. curs	-	3.6. laborator	28
3.4.o Din care online	-	3.5.o. curs	-	3.6. laborator	-
Numărul de puncte de credit conform planului de învățământ ¹⁰					3
3.8. Total ore pe semestru					84
3.9. Total ore studiu individual					56
3.10. Distribuția fondului de timp:					ore
a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					36
b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate și pe teren					20
c) Pregătire laboratoare, teme					-
d) Tutoriat					-
e) Examinări					-
f) Alte activități:					-

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Nu este cazul
4.2. de competențe	Nu este cazul

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului	
--------------------------------	--

¹⁰ 1 credit este corespunzător cu 28 ore de studiu

5.2. De desfășurare a laboratorului	1. Prezența la orele de laborator este obligatorie pentru toți studenții. 2. Pe parcursul desfășurării seminarelor, studenții trebuie să dea curs solicitărilor cadrului didactic de a rezolva aplicații practice (atât la tablă cât și în bancă) respectiv de a răspunde la întrebări legate de materie. 3. Nu se acceptă discuții în afara ariei de studiu și în timpul explicațiilor oferite de către cadrul didactic iar telefoanele mobile vor fi setate pe profilul silențios sau închise, 4. În timpul orelor de laborator nu se consumă băuturi și nu se servește mâncare. 5. Distribuirea materialelor didactice complementare orelor de engleză către studenți în mod online prin suprafața Google Classroom asigurată de Universitate.
-------------------------------------	---

6. Rezultate ale învățării

Cunoștințe	• Studentul cunoaște sistemul de reguli și componentele limbii engleze care permit o comunicare eficientă în diverse contexte, de la conversații cotidiene la discuții profesionale. • Studentul posedă un vocabular bogat, care acoperă toate aspectele conversațiilor informale și unele aspecte ale discuțiilor profesionale.
Aptitudini	• Studentul poate elabora un discurs oral/scriș complex, bogat lexical și sintactic, articulat precis din punct de vedere logic, pe o temă dată. • Studentul utilizează sistemul fonetic, gramatical și lexical al limbii engleze în producerea de texte și în interacțiunea verbală la nivel A2/B1/ B2/ C1. • Studentul poate să producă texte orale și scrise la nivel, adaptând vocabularul și stilul în funcție de destinatar, de tipul de text și de subiectul tratat. • Studentul poate redacta un document scris la nivel A2/B1/ B2/ C1 pentru argumentarea unui punct de vedere pe o anumită temă, coerent și corect din punct de vedere lingvistic, adaptat contextului și domeniului de interes; argumentarea orală, la nivel minim A2/B1/ B2/ C1.
Responsabilitate și autonomie	• Studentul este capabil să aplice cunoștințele lingvistice dobândite în timpul educației formale în situații din viața reală și să le utilizeze în mod spontan într-o varietate de contexte. • Studentul este pregătit să-și identifice propriile lacune lingvistice (de exemplu, un vocabular mai specific legat de un anumit domeniu), și este capabil să elaboreze și să pună în aplicare un plan de studiu individual pentru a-și îmbunătăți cunoștințele lingvistice.

7. Obiectivele disciplinei

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Ridicarea nivelului de cunoaștere a limbii engleze al studenților în așa fel, încât ei să fie capabili de a comunica eficient, precis și corect atât în domeniile generale, cât și în cele profesionale.
7.2. Obiectivele specifice	• Dezvoltarea aptitudinilor comunicative în limba engleză, aprofundarea cunoștințelor gramaticale și lexicale, însușirea tehnicii de traducere și de alcătuire de texte; • În vederea dezvoltării deprinderilor comunicative, activitățile aplicate în timpul orelor sunt destinate formării deprinderilor necesare pentru o comunicare eficientă în limba engleză, ceea ce înseamnă cele patru competențe: capacitatea de receptare a mesajului oral, capacitatea de exprimare orală, capacitatea de receptare a mesajului scris și capacitatea de exprimare scrisă; • Activitățile aplicate în timpul orelor includ elemente care subliniază caracterul interpersonal și social a comunicării, și stimulează o comunicare sinceră și deschisă spre compromisuri printre studenți pentru a realiza o atmosferă favorabilă și un spirit de echipă.

8.1. Curs	Metode de predare	Fond de timp alocat / Observații
Nu este cazul		
8.2. Laborator	Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații
PRE-INTERMEDIATE LEVEL Unit 5 A. Are you a party animal? Uses of the infinitive. Verbs + infinitive. Conversations at a party B. What makes you feel good? Verbs + ing. Verbs followed by –ing. What makes you feel good? C. How much you can learn in a month? Have to/ must. Modifiers. Talking about language learning D. The name of the game. Expressing movement. Prepositions of movement. Exciting sporting moments Practical English: At the department store Writing: A formal e-mail Unit 6 A. If something bad can happen, it will. First conditional. Confusing verbs. Murphy’s Law B. Never smile at a crocodile. Second conditional. Animals. Would you survive? C. Decisions, decisions. May/might for possibility. Noun formation. How to make decisions D. What should I do? Should/shouldn’t. Verb phrases with get. Discussing advice Practical English: At the pharmacy Writing: Writing to a friend Unit 7 A. Famous fears and phobias. Present perfect + for/since. Words related to fear. Interview about phobias B. Born to direct. Present perfect or past simple? Biographies. Biographies: Hitchcock and Tarantino C. I used to be a rebel. Used to. School subjects. Talking about school days D. The mothers of invention. Passives. Verbs often used in passive. Things invented by women Practical English: A boat trip Writing: Describing a building Unit 8 A. I hate weekends! Something, anything, nothing etc. Adjectives ending in –ed/-ing. Talking about weekends B. How old is your body? Quantifiers. Health and lifestyle C. Waking up is hard to do. Word order of phrasal verbs. Phrasal verbs. Are you a morning or an evening person? D. ‘I’m Jim.’ ‘So am I.’ So/neither + auxiliaries. Similarities. Completing a dialogue Practical English: On the phone Writing: Giving your opinion Revision, practice	● Activități interactive ● Interpretare de roluri ● Dezbateri ● Identificarea soluțiilor ● Posibile ● Prezentare și explicație frontală ● Discuții în perechi/grupuri/plen ● Problematizare ● Exersarea contextuală a limbii ● Prezentări teoretice ● Scriere liberă ● Discuții argumentative Studiu individual	6 ore 6 ore 6 ore 6 ore 4 ore
INTERMEDIATE LEVEL Unit 4 A. Back to school, aged 35. First conditional and time clauses. Education. Interview about TV programme	● Activități interactive ● Interpretare de roluri ● Dezbateri ● Identificarea soluțiilor	8 ore

B. In an ideal world. Second conditional. Houses. People's dream houses C. Still friends? Usually and used to. Friendship. Do you need to 'edit' your friends? Practical English: A visit from a pop star Writing: Describing a house or flat Unit 5 A. Slow down, you move too fast. Quantifiers. Nouns formation. Planning a new city B. Same planets, different worlds. Articles. Verbs and adjectives + preposition. Topics men/women talk about C. Job swap. Gerunds and infinitives. Work. Imagining doing other jobs Practical English: Meetings Writing: Formal letters and a CV Unit 6 A. Love in the supermarket. Reported speech: statements. Shopping. Shopping questionnaire B. See the film ... get on a plane. Passives. Cinema. Famous films that moved us C. I need a hero. Relative clauses. What people do. Talking about a person you admire Practical English: Breaking news Writing: A film review Revision, practice	• Posibile • Prezentare și explicație frontală • Discuții în perechi/grupuri/plen • Problematizare • Exersarea contextuală a limbii • Prezentări teoretice • Scriere liberă • Discuții argumentative • Studiu individual	8 ore 8 ore 4 ore
UPPER-INTERMEDIATE LEVEL Unit 4 A. Stormy weather. The environment. Future Perfect and Future Continuous. B. A risky business. Expressions with <i>take</i>. Zero and First Conditional, Future time clauses. Unit 5 A. I'm a survivor. Feelings. Unreal conditionals. B. Wish you were here. <i>Wish</i> for past regrets. -ed/ -ing adjectives. Unit 6 A. Night and sleep. Used to, be used to, get used to. B. Music to my ears. Gerunds and infinitives. Colloquial English. Revision.	• Activități interactive • Interpretare de roluri • Dezbateri • Identificarea soluțiilor • Posibile • Prezentare și explicație frontală • Discuții în perechi/grupuri/plen • Problematizare • Exersarea contextuală a limbii • Prezentări teoretice • Scriere liberă • Discuții argumentative • Studiu individual	8 ore 8 ore 8 ore 4 ore

Bibliografie

1. Oxenden, Clive and Latham-Koenig, Christina with Seligson, Paul and MacAndrew, Richard. 2018. New English File Pre-Intermediate. Student's Book. OUP. (57 buc. în bibliotecă)
2. Oxenden, Clive and Latham-Koenig, Christina with Seligson, Paul. 2012. New English File Pre-Intermediate. Workbook with Key. Oxford: OUP. (29 buc. în bibliotecă)
3. Oxenden, Clive and Latham-Koenig, Christina with Byrne, Tracy. 2015. New English File Intermediate. Student's Book. OUP. (35 buc. în bibliotecă)
4. Oxenden, Clive and Latham-Koenig, Christina. 2013. New English File Intermediate. Workbook with Key. Oxford: OUP. (25 buc. în bibliotecă)
5. Oxenden, Clive and Latham-Koenig, Christina. 2013. New English File Intermediate Class Audio CDs. Oxford: OUP. (3 buc. în bibliotecă)
6. Latham-Koenig, Christina, Oxenden, Clive and Chomacki Kate. 2020. English File Upper-Intermediate Student's Book. Oxford: OUP.
7. Latham-Koenig, Christina, Oxenden, Clive and Chomacki Kate. 2020. English File Upper-Intermediate Workbook. Oxford: OUP.
8. Latham-Koenig, Christina, Oxenden, Clive and Chomacki Kate. 2020. English File Upper-Intermediate Class Audio CDs. Oxford: OUP.
9. Cotton, David; Falvey, David and Kent, Simon. 2011. Market Leader Course Book: Intermediate Business English. London: Pearson Longman. (25 buc. în bibliotecă)
10. Szabó, Szilvia and Papp, Eszter. 2013. How to pass ECL exam?: level B1, B2, C1. Nyíregyháza: Szabó Nyelviskola és Fordítóiroda. (1 buc. în bibliotecă)
11. Szabó, Szilvia and Papp, Eszter. 2013. How to pass ECL exam?: level B1, B2, C1. CD- ROM. Nyíregyháza: Szabó Nyelviskola és Fordítóiroda. (1 buc. în bibliotecă)
12. Szabó, Szilvia and Collins, Michael. 2010. Level C1 ECL Practice Exams.
13. Betsis, Andrew and Mamas, Lawrence. 2015. Successful FCE. 10 Practice Tests.

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

Conținutul disciplinei este în concordanță cu ceea ce se predă în alte centre universitare din țară și din străinătate și cu misiunea și obiectivele specializării, fiind astfel conceput, încât să asigure o pregătire sistematică a studenților și, în același timp, să fie evitate suprapunerile în ceea ce privește conținutul tematic al disciplinelor. În privința adaptării la cerințele pieței muncii a conținutului disciplinei au avut loc întâlniri cu reprezentanți de specialitate.

10. Evaluare

A. Condiții de îndeplinit pentru prezentarea la evaluare:

Evaluarea este condiționată de frecventarea și promovarea laboratoarelor, respectiv de predarea la timp a temelor. Prezența la laboratoare este obligatorie 100%.

B. Criterii, metode și ponderi în evaluare:

Tip activitate		10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs		-	-	-
10.5.	Seminar/ Laborator	Însușirea și aplicarea normelor limbii engleze literare discutate pe parcursul orelor de laborator (norme gramaticale, ortografice, punctuaționale și stilistice) în exprimarea orală și scrisă.	Mai multe teste în cursul semestrului	100%

10.6. Standard minim de performanță

Evaluarea este condiționată de frecventarea și promovarea laboratoarelor. Prezența la activitățile de laborator este obligatorie 100%. Abilitatea de folosire corectă a fenomenelor lingvistice specifice domeniului, în cel puțin 50% din itemii testelor de evaluare de nivel A2/B1/ B2/ C1 (în funcție de nivelul Pre-Intermediate/Intermediate/ Upper-Intermediate).

Data completării

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului/rilor de aplicații
Conf. univ. dr. Ajtony Zsuzsa,

07.09.2025

.....

Asist. univ. drd. Maguşar Márton Andrea,

Data avizării în
departament

Semnătura directorului de departament

Semnătura responsabilului programului
de studii

09.09.2025

Prof. univ. dr. Nistor Laura

Conf. univ. dr. Kósa István

FIȘA DISCIPLINEI
pentru anul universitar 2025/26

Aprobat prin decizia Consiliului
Facultății nr. 1013/10. 09. 2025

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Sapiientia din Cluj-Napoca
1.2. Facultatea/ DPPD	Facultatea de Științe Economice, Socio-Umane și Inginerești, Miercurea Ciuc
1.3. Domeniul de studii	Științe ale Comunicării
1.4. Ciclul de studii	Licență
1.5. Programul de studiu	Comunicare și relații publice
1.6. Calificarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.0. Departamentul				Departamentul de Științe Sociale							
2.1. Denumirea disciplinei				Metode și tehnici de cercetare socială							
2.2. Tipul activității				Asistat integral		Asistat parțial:		Neasistat			
2.3. Titularul disciplinei /Titularul cursului				Lect. univ. dr. Bálint Blanka							
2.4. Titularul(ii) activităților de			seminar		-						
			laborator		Lect. univ. dr. Bálint Blanka						
			proiect		-						
2.5. Anul de studiu		I	2.6. Semestrul	1	2.7. Forma de verificare		E	2.8. Tipul disciplinei		DOB	
2.9. Categoria formativă		DF	2.10 Categoria disciplinei	DF	2.11. Codul disciplinei		CBPS0020				

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. laborator	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	56	Din care: 3.5. curs	28	3.6. laborator	28
3.4.o Din care online	-	3.5.o. curs	-	3.6. o. laborator	-
3.7. Numărul de puncte de credit conform planului de învățământ ¹¹					5
3.8. Total ore pe semestru					140
3.9. Total ore studiu individual					84

¹¹ 1 credit este corespunzător cu 28 ore de studiu

3.10. Distribuția fondului de timp pentru studiu individual:	ore
a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	35
b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	16
c) Pregătire laboratoare, teme	25
d) Tutoriat	4
e) Examinări	4
f) Alte activități:	

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	
4.2. de competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului	Sală dotată cu tablă interactivă (smartboard) sau videoproiector și acces la internet.
5.2. De desfășurare a laboratorului	Sală dotată cu mobilier flexibil, adecvat activităților de tip colaborativ.

6. Rezultate ale învățării

Cunoștințe	Studentul/Absolventul: C.1.1. identifică principalele arii de cercetare în științe ale comunicării - comunicatori, structuri instituționale, organizații, conținut, canal, public/audiențe, efecte; C.1.2. reproduce metodologia teoretică utilizată în cercetarea științifică, constând în efectuarea de cercetări de fond, construirea unei ipoteze și testarea acesteia sau formularea unor întrebări de cercetare, analiza datelor, prezentarea rezultatelor și formularea de concluzii în raport cu nivelul cunoașterii existente; C.1.3. diferențiază între principalele abordări metodologice în domeniul științe ale comunicării – metode cantitative, metode calitative, abordări retorice, discursive și mixte
-------------------	--

Aptitudini	Studentul/Absolventul: A.1.1. redactează un plan de cercetare pe un subiect din domeniul științe ale comunicării; A.1.2. aplică metode de colectare a datelor, respectând norme de etică a cercetării și prevederile legale în vigoare; A.1.3. aplică metode de cercetare adecvate temei și subiectului de cercetare; A.1.4. interpretează rezultatele cercetării în scris și prin grafice, diagrame, tabele; A.1.5. discută limitele cercetărilor, evaluând critic gradul de generalizare a concluziilor și propune strategii pentru adâncirea/ verificarea suplimentară a acestora.
Responsabilitate și autonomie	Studentul/Absolventul: R.1.1. elaborează proiecte de cercetare și intervenție în domeniul științe ale comunicării; R.1.2. raportează rezultate, statistici și concluzii în fața unui public într-un mod clar, transparent și simplu.

7. Obiectivele disciplinei

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Disciplina urmărește dezvoltarea competențelor fundamentale de înțelegere și aplicare a principalelor metode și tehnici utilizate în cercetarea socială. Studenții vor dobândi competențe metodologice de bază necesare pentru culegerea datelor, în special prin utilizarea anchetei bazate pe chestionar și a analizei cantitative a conținutului. Obiectivul general este pregătirea studenților pentru a desfășura cercetări relevante în contexte academice și profesionale.
7.2. Obiectivele specifice	Familiarizarea cu conceptele de bază și etapele cercetării sociale. Formularea ipotezelor și operaționalizarea conceptelor din științele sociale. Elaborarea și aplicarea unui chestionar în cadrul unei cercetări cantitative. Inițierea în analiza cantitativă a conținutului. Dezvoltarea interesului pentru cercetarea științifică a realității sociale.

8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Fond de timp alocat / Observații
1. Introducere în cercetarea științifică în domeniul științelor sociale	expunere didactică, problematizare, demonstrație, învățare prin descoperire, predare prin întrebări, bulgăre de zăpadă, învățare prin cooperare	2 ore
2. Caracteristicile cercetării științifice Logica cunoașterii științifice Investigația comună și știința		2 ore
3. Legăturile dintre teorie și cercetare Teorie inductivă și deductivă Rolul paradigmelor în cercetarea socială		2 ore

4. Limbajul variabilelor Explicații idiografice și nomotetice Cauzalitatea în științele sociale		2 ore
5. Introducere în designul cercetării Obiectivele cercetării Unitățile de analiză Dimensiunea temporală		2 ore
6. Definirea nominală și operațională a conceptelor Importanța definirii a conceptelor sociale Conceptualizare și operaționalizare		2 ore
7. Problematica măsurii în științele sociale Clasificarea variabilelor Nivele de măsurare Validitate și fidelitate în științele sociale		2 ore
8. Designul cercetării Planul de cercetare		2 ore
9. Construirea chestionarului Formatul general al chestionarului Reguli generale pentru formularea întrebărilor		2 ore
10. Modul de aplicare a chestionarelor Chestionare online Sondaje prin interviu		2 ore
11. Logica eșantionării Specificul eșantionării Reprezentativitatea eșantionului		2 ore
12. Procedee de eșantionare Eșantionare aleatoare Eșantionare sistematică Eșantionarea de grup		2 ore
13. Analiza de conținut Specificul tehnicilor de analiză a conținutului Procedee de analiză a conținutului		2 ore
14. Recapitularea principalelor teme, abordări teoretice și practice		2 ore
Bibliografie ▪ Bálint, B. <i>Szociológiai kutatási módszerek és technikák. (Metode și tehnici de cercetare sociologică.)</i>, Colecția STUDIUM 1/2021 , Editura T3, Sfântu Gheorghe, 2021 p. 115 https://tananyag.wordpress.com/2021/ ▪ Babbie, E. <i>A társadalomtudományi kutatás gyakorlata. (Practica cercetării sociale)</i>. Editura Balassi, Budapest, 2008, p. 715 Traducere: Kende Gábor és Szaitz Mariann ▪ Diaconu-Gherasim, L. R., Măirean, C. & Curelaru, M. (coord.). <i>Metode cantitative de cercetare: designuri și aplicații în științele sociale</i>. Editura Polirom, București, 2022, p. 633 ▪ Fielding, N., Lee, R.L. & Blank, G. <i>The Sage handbook of online research methods</i>. Editura Sage Publications, London; Thousand Oaks, California, 2017, p. 655		

Tőkés, Gy. <i>A kutatás módszertana a kommunikációtudományokban. (Practica cercetării în științele comunicării)</i>. Editura Scientia, Cluj Napoca, 2011 p. 306		
8.2. Seminar	Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații
Bibliografie		
8.3. Laborator	Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații
1. Introducere, cunoaștere reciprocă, reguli de grup	Învățare bazată pe proiect, învățare colaborativă	2 ore
2. Erori de investigație, teorie inductivă și deductivă		2 ore
3. Variabilele și relația dintre variabile		2 ore
4. Obiective de cercetare, unități de analiză		2 ore
5. Alegerea temei de cercetare		2 ore
6. Conceptualizarea		2 ore
7. Designul cercetării		2 ore
8. Metode de investigație		2 ore
9. Elaborarea chestionarului		2 ore
10. Elaborarea chestionarului		2 ore
11. Redactarea chestionarului		2 ore
12. Aplicarea chestionarului		2 ore
13. Analiza datelor		2 ore
14. Prezentarea rezultatelor cercetării		2 ore
Bibliografie		
- Bálint, B. <i>Szociológiai kutatási módszerek és technikák. (Metode și tehnici de cercetare sociologică.)</i>, Colecția STUDIUM 1/2021 , Editura T3, Sfântu Gheorghe, 2021 p. 115 https://tananyag.wordpress.com/2021/ - Babbie, E. <i>A társadalomtudományi kutatás gyakorlata. (Practica cercetării sociale)</i>. Editura Balassi, Budapesta, 2008, p. 715 Traducere: Kende Gábor és Szaitz Mariann - Diaconu-Gherasim, L. R., Măirean, C. & Curelaru, M. (coord.). <i>Metode cantitative de cercetare: designuri și aplicații în științele sociale</i>. Editura Polirom, București, 2022, p. 633		

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

Conținutul disciplinei este în concordanță cu conținutul disciplinelor similare din alte centre universitare. Cunoștințele și competențele acumulate corespund cu așteptările angajatorilor și ale asociațiilor profesionale.

10. Evaluare

A. Condiții de îndeplinit pentru prezentarea la evaluare:

Prezență la toate activitățile de laborator.

B. Criterii, metode și ponderi în evaluare:

Tip activitate		10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs		Completitudinea și corectitudinea cunoștințelor Capacitatea de aplicare în practică, în contexte diferite, a cunoștințelor învățate	Examen scris	50%
10.5.	Seminar			
	Laborator	Capacitatea de a aplica în practică cunoștințele însușite pe parcursul semestrului	Evaluare sumativă	50%
	Proiect			
	Practică			
10.6. Standard minim de performanță				
- Cunoașterea metodelor și a tehnicilor folosite în domeniul științelor sociale - Participare proactivă la seminarii.				

Data completării: 05.09.2025

Semnătura titularului disciplinei
Lect. univ. dr. Bálint Blanka

Semnătura titularului/rilor de aplicații
Lect. univ. dr. Bálint Blanka

Data avizării în departament
08.09.2025

Semnătura directorului de departament
Prof. univ. dr. Nistor Laura

Semnătura responsabilului programului de studii
Conf. univ. dr. Kósa

FIȘA DISCIPLINEI
pentru anul universitar 2025/26

Aprobat prin decizia Consiliului
Facultății nr. 1013/10.09.2025

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Sapientia din Cluj-Napoca
1.2. Facultatea/ DPPD	Facultatea de Științe Economice, Socio-Umane și Inginerești, Miercurea Ciuc
1.3. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.4. Ciclul de studii	Licență
1.5. Programul de studiu	Comunicare și relații publice
1.6. Calificarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.0. Departamentul				Departamentul de Științe Sociale			
2.1. Denumirea disciplinei				Multimedia			
2.2. Tipul activității				Asistat integral	Asistat parțial:		Neasistat
				-	-		-
2.3. Titularul disciplinei /Titularul cursului				Conf. univ. dr. Bakó Rozália Klára			
2.4. Titularul(ii) activităților de			seminar	-			
			laborator	Conf. univ. dr. Hubbes László			
			proiect	-			
2.5. Anul de studiu	1	2.6. Semestrul	2	2.7. Forma de verificare	E	2.8. Tipul disciplinei	DOB
2.9. Categoria formativă	DS	2.10 Categoria disciplinei	DS	2.11. Codul disciplinei	CBEI0631		

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. laborator	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	56	Din care: 3.5. curs	28	3.6. laborator	28
3.4.o. Din care online	0	3.5.o. curs	0	3.6. o. laborator	0
3.7. Numărul de puncte de credit conform planului de învățământ ¹²					5

¹² 1 credit este corespunzător cu 28 ore de studiu

3.8. Total ore pe semestru	140
3.9. Total ore studiu individual	84
3.10. Distribuția fondului de timp pentru studiu individual:	ore
a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	35
b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	25
c) Pregătire laboratoare, teme	20
d) Tutoriat	2
e) Examinări	2
f) Alte activități:	

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	-
4.2. de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului	Sală de curs prevăzută cu tehnică digitală.
5.2. De desfășurare a laboratorului	Sală prevăzută cu tehnică digitală.

6. Rezultate ale învățării

Cunoștințe	C.2.1. Studentul/Absolventul identifică principalele teorii, modele și elemente ale comunicării directe și mediate tehnologic, în contextul comunicării de masă și comunicării mediate de computer. C.2.2. identifică concepte referitoare la public și audiența mass-media, metode de măsurare, precum și indicatori de audiență specifici canalului tehnologic de comunicare mediatică. C.2.4. Studentul/Absolventul identifică elementele care joacă un rol în procesul de formare a opiniei publice, prin care percepțiile și opiniile față de o chestiune în discuție publică sunt formate și întărite, cum ar fi cadrajul informațiilor, tendințele și interesele publicului, procesele psihice și conformismul.
Aptitudini	A.4.1. Studentul/Absolventul aplică procese pentru verificarea unor informații în contextul comunicării profesionale. 4.2. Studentul/Absolventul descoperă erori în argumentație, cadre sau scheme de interpretare distincte oferite de diferite surse în contextul comunicării profesionale. A.4.4. Studentul/Absolventul interpretează valorile și mesajele ideologice și culturale încorporate în produsele media

Responsabilitate și autonomie	R.2.3. Studentul/Absolventul analizează critic pluralitatea de interpretări date și de opinii formulate în contextul reprezentării media a subiectelor și evenimentelor curente. R.4.1. Studentul/Absolventul elaborează o analiză media sau o monitorizare media în raport cu un subiect, o temă, o persoană publică, o organizație sau o marcă. R4.2. Studentul/Absolventul evaluează sursele informațiilor și corectitudinea informațiilor receptate.
--------------------------------------	---

7. Obiectivele disciplinei

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Cunoașterea conceptelor de bază ale comunicării multimediale, în contextul transformărilor rapide induse de tehnologia digitală. Înțelegerea importanței culturii mediatice pentru utilizarea etică, sustenabilă și eficientă a mijloacelor de informare și comunicare în masă. Formarea unei atitudini responsabile ca prosumatori ai conținuturilor media.
7.2. Obiectivele specifice	Înțelegerea diferențelor dintre generații în ceea ce privește nevoile, atitudinile și comportamentele în mediul online. Dezvoltarea capacității de a evalua critic conținuturile mediatice în condițiile expansiunii platformelor și aplicațiilor inteligenței artificiale Formarea unei atitudini responsabile față de comunitate și față de mediu în contextul accelerării obsolescenței planificate a tehnologiilor digitale.

8. Conținuturi

8.1. Curs		Metode de predare	Fond de timp alocat / Observații
1	Conceptele de bază ale teoriei comunicării și a mass media. O societate a comunicării?	Prelegere, problematizare, explicație	2 ore
2	Scurt istoric al evoluției mass-media: de la Gutenberg și Marconi la Jobs și Altman	Explicație, analiză comparativă, demonstrație	2 ore
3	Rolul tehnologiei în formarea spațiului mediativ: cine controlează știrile?	Abordare euristică, problematizare, demonstrație	2 ore
4	Impactul tehnologiei informației și a comunicării asupra mediului înconjurător	Explicație, prezentare, dezbateri	2 ore
5	Generații online: B, X, Y, Z, A – valori, atitudini și comportamente diferite?	Abordare euristică, prezentare, problematizare	2 ore
6	Comunicarea în context economic: rolul IA și managementul comunicării în firme	Explicație, demonstrație, studiu de caz	2 ore
7	Comunicarea în context intercultural: elemente de etichetă și protocol	Explicație, prezentare, dezbateri	2 ore
8	Comunicarea în context social: nevoia de incluziune și obstacolele ei	Abordare euristică, prezentare, problematizare	2 ore
9	Comunicarea în context politic: campanii, manipulare și rolul culturii mediatice	Explicație, demonstrație, studiu de caz	2 ore
10	Comunicarea în contextul vieții private și publice: datele personale și protecția lor	Abordare euristică, problematizare, demonstrație	2 ore
11	Procesul de digitalizare din România: oportunități și obstacole	Explicație, demonstrație, studiu de caz	2 ore
12	Evaluări internaționale ale evoluției digitalizării: rapoartele DESI (2014-2022), ONU (e-gov 2024)	Explicație, prezentare, dezbateri	2 ore

13	Evaluări internaționale ale evoluției digitalizării: rapoartele societății civile (GISWatch)	Explicație, demonstrație, studiu de caz	2 ore
14	Comunicarea asertivă și valorile ei. Logos, etos și patos într-un spațiu multimedial	Explicație, demonstrație, dezbateri	2 ore
Bibliografie Bakó, R.K. (2024). <i>Multimédia (Multimedia)</i> . Studium sorozat, Editura T3, Sf. Gheorghe, Ebook Bakó, R. K. (2023). <i>The Digitalization Process in Romania</i> . Cluj-Napoca: Presa Universitară Clujeană, Ebook Hubbes, L. A. Theoretical Themes in Social Media. Theoretical Themes in Social Media Finlay, A. (ed.)(2022). <i>Global Information Society Watch 2021-22</i> . Digital Futures for a Post-pandemic World Rosengren, Karl Erik (2004). <i>Kommunikáció (Comunicarea)</i> . Editura Typotex, Budapesta, 242 pagini.			
8.3. Laborator		Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații
1	O societate a comunicării? Hartă a conceptelor de bază, evaluarea temelor de interes	Brainstorming, discuții în grupuri mici	4 ore
2	Rolul tehnologiei în formarea spațiului mediatic: cum filtrăm știrile false și dezinformările?	Muncă în grup, studii de caz, prezentări	4 ore
3	Impactul tehnologiei informației și a comunicării asupra mediului înconjurător: dezbateri	Muncă în grup, dezbateri, prezentări.	4 ore
4	Generații online: valori și comportamente online ale generațiilor X, Y, Z	Demonstrație prezentări, discuții în grupuri mici	4 ore
5	Comunicarea în context intercultural: elemente de etichetă online și offline	Brainstorming, discuții în grupuri mici, prezentări.	4ore
6	Comunicarea în context social: nevoia de incluziune și obstacolele ei în România	Explicație, exemplificare, discuții	4 ore
7	Prezentările studenților, evaluare, discuții	Demonstrație, prezentări, discuții	4 ore
Bibliografie Apró, I. (coord.)(2021). <i>Média és identitás (Mass media și identitate)</i> 3. Ed. Médiatudományi Intézet, Budapesta, e-book, 242 pagini. Apró, I. (coord.)(2024). <i>Média és identitás (Mass media și identitate)</i> 5. Ed. Médiatudományi Intézet, Budapesta e-book, 247 pagini. Bakó, R.K. (2024). <i>Multimédia (Multimedia)</i> . Studium sorozat, Editura T3, Sf. Gheorghe, Ebook Neussesser, T. (2025). <i>Onboarding and Connecting Smart Devices: 5 Guidelines for User-Friendly Smart-Device Apps</i> . NN/Group, https://www.nngroup.com/articles/smart-device-onboarding/ W3C (2008). <i>Web akadálymentesítési útmutató 2.0. (Ghidul accesibilității web 2.0.)</i> https://www.w3c.hu Hubbes, L. A. Theoretical Themes in Social Media. Theoretical Themes in Social Media			
8.2. Seminar		Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații
-			

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

Disciplina abordează teoriile comunicării și ale mass media în contextul celor mai actuale dezbateri din spațiul public și din mediul academic, cu aplicații directe în spațiul relațiilor publice. Analizele și sintezele disciplinei se bazează pe rapoarte recente privind impactul digitalizării pe plan național și internațional.

10. Evaluare

A. Condiții de îndeplinit pentru prezentarea la evaluare:

Participarea activă la orele de laborator.

B. Criterii, metode și ponderi în evaluare:

Tip activitate		10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs		Capacitatea de conceptualiza și operaționaliza cele mai relevante teme de dezbateri din domeniul teoriilor și practicilor multimedia	Examen scris.	50%
10.5.	Seminar	-		
	Laborator	Capacitatea de a evalua creativ potențialul spațiilor multimedia	Evaluare sumativă la ultimul laborator	50%
	Proiect	-		
	Practică	-		
10.6. Standard minim de performanță				
Capacitatea de a analiza critic un articol sau un studiu de caz din domeniul teoriilor și practicilor multimedia.				

Data completării

05.09.2025

Semnătura titularului disciplinei

Conf. univ. dr. Bakó Rozália Klára

Semnătura titularului/rilor de aplicații

Conf. univ. dr. Hubbes László

Data avizării în departament

08.09.2025

Semnătura directorului de departament

Prof. univ. dr. Nistor Laura

Semnătura responsabilului programului de studii

Conf. univ. dr. Kósa István

FIȘA DISCIPLINEI
pentru anul universitar 2025/26

Aprobat prin decizia Consiliului
Facultății nr. 1013/10. 09. 2025

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Sapiientia din Cluj-Napoca
1.2. Facultatea/ DPPD	Științe Economice, Socio-Umane și Inginerești din Miercurea Ciuc
1.3. Domeniul de studii	Științe ale Comunicării
1.4. Ciclul de studii	Licență
1.5. Programul de studiu	Comunicare și relații publice
1.6. Calificarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.0. Departamentul				Departamentul de Științe Sociale						
2.1. Denumirea disciplinei				Technici de redactare						
2.2. Tipul activității				Asistat integral		Asistat parțial:		Neasistat		
2.3. Titularul disciplinei /Titularul cursului				Lect. univ. dr. Tamás Dénes						
2.4. Titularul(ii) activităților de			seminar	Lect. univ. dr. Tamás Dénes						
			laborator							
			proiect							
2.5. Anul de studiu		I.	2.6. Semestrul	2.	2.7. Forma de verificare		E	2.8. Tipul disciplinei		DOB
2.9. Categoria formativă		DS	2.10 Categoria disciplinei	-	2.11. Codul disciplinei		CBEI0101			

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	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	56	Din care: 3.5. curs	28	3.6. seminar	28

3.4.o Din care online	-	3.5.o. curs	-	3.6. o. seminar	-
-----------------------	---	-------------	---	-----------------	---

3.7. Numărul de puncte de credit conform planului de învățământ ¹³	5
3.8. Total ore pe semestru	140
3.9. Total ore studiu individual	84
3.10. Distribuția fondului de timp pentru studiu individual:	ore
a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	30
b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	30
c) Pregătire seminarii, teme	20
d) Tutoriat	2
e) Examinări	2
f) Alte activități:	

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Nu se aplică.
4.2. de competențe	Nu se aplică.

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului	Sală de curs dotată cu videoproiector și cu acces internet.
5.2. De desfășurare a seminarului	Sală de seminar dotată cu videoproiector și cu acces internet.

6. Rezultate ale învățării

Cunoștințe	C.3.1. Studentul distinge între diferite tipuri de conținuturi și moduri de expresie (text, fotografie, audio, video) și tipuri de canale media: presa tipărită, televiziunea, radioul, cinematografia, presa online, platformele digitale, aplicațiile mobile. C.3.2. Studentul indică norme gramaticale care reglementează formularea de enunțuri, expresii și ortografierea cuvintelor. C.3.3. Studentul identifică tehnici de redactare sau structurarea a conținutului (narrative, descriptive, expositive, argumentative sau persuasive) și principii de retorică sau compunere a mesajelor ce vizează îmbunătățirea capacității scriitorilor și vorbitorilor de a informa, convinge sau motiva publicul.
-------------------	--

¹³ 1 credit este corespunzător cu 28 ore de studiu

Aptitudini	A.3.1. Studentul aplică practici de producție potrivite pentru diferite tipuri de conținuturi și moduri de expresie (text, fotografie, audio, video) și tipuri de canale media: presa tipărită, televiziunea, radioul, cinematografia, presa online, platformele digitale, aplicațiile mobile. A.3.2. Studentul aplică norme de ortografie și gramatică care reglementează formularea de enunțuri sau expresii și ortografierea cuvintelor, asigurând coerența și claritatea în textele redactate sau editate în contexte profesionale; A.3.3. Studentul aplică principii de retorică sau compunere a mesajelor ce vizează îmbunătățirea capacității scriitorilor și vorbitorilor de a informa, convinge sau motiva publicul.
Responsabilitate și autonomie	R.3.1. Studentul produce un conținut sau produs media în vederea difuzării/publicării pe unul sau mai multe canale sau platforme, utilizând media (text, fotografie, audio, video) separat sau în conjuncție în contextul realizării unui proiect profesional. R.3.2. Studentul redactează și editează texte originale de natură creativă, jurnalistice, promoționale, publicitare, de promovare instituțională, funcționale, tehnice sau academice.

7. Obiectivele disciplinei

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Însușirea noțiunilor și teoriilor de bază ale scrierii, argumentării, retoricii, stilisticii.
7.2. Obiectivele specifice	Însușirea tehnicilor de scriere, argumentare, analizare plauzibilă, și aplicarea acestora în elaborarea lucrărilor studentești și redactarea scrisorilor oficiale. Însușirea tehnicilor de citare, referire și de întocmire a bibliografiei. Studenții vor putea elabora lucrări în diferite genuri: eseu, studiu, referat, tratat

8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Fond de timp alocat / Observații
1. Introducere în scrierea academică	Prelegere, prezentare power-point, exerciții, demonstrație.	2
2. Ce este un text?		2
3. Nivelul sintactic, semantic, pragmatic ale textului		2
4. Criteriile științifice ale textului		2
5. Caracteristicile generale ale textului științific		2
6. Stilul științific		2
7. Situația de pornire ale scrierii textului		2
8. Alegerea temei		2
9. Căutarea bibliografiei		2
10. Alcătuirea unui plan de scris		2

11. Scrierea propriu-zisă		2
12. Eseul științific		2
13. Etapele scrierii eseurilor științifice		2
14. Recapitulare		2

Bibliografie

1. Aczel, Richard: *Hogyan írjunk esszét?* (Cum se scrie un eseu?) Editura Osiris, Budapesta, 2000, 158 pagini.
2. Adamik, Tamás – A. Jaszó, Anna – Aczél, Petra: *Retorika*. (Retorică) Editura Osiris, Budapesta, 2004, 706 pagini (selectie de capitole)
3. Coman, Mihai: *Manual de jurnalism*, Ed. Polirom, Iasi, 2001, 688 pagini.
4. Eco, Umberto: *Hogyan írjunk szakdolgozatot?* (Cum să scriem o teză de licență?) Editura Kairosz, Budapesta. 1996, 214 pagini.
5. Gyurgyák, János: *A tudományos írás alapjai. Útmutató szemináriumai és tudományos diákköri értekezést, szakdolgozatot és disszertációt íróknak*, (Bazele scrierii academice. Îndrumar pentru scrierea lucrărilor de seminar, de conferință, de diplomă și de disertație), Editura Osiris Kiadó, Budapesta, 2019, <https://www.szaktars.hu/osiris/view/gyurgyak-janos-a-tudomanyos-iras-alapjai-utmutato-szeminariumai-es-tudomanyos-diakkori-ertekezest-szakdolgozatot-es-disszertaciott-iroknak-2019/?pg=0&layout=s>
6. Wacha, Imre: *A korszerű retorika alapjai* (Fundamentele moderne ale retoricii), Editura Szemimpex, Budapesta, 1994, 624 pagini. (selectie de capitole)

8.2. Seminar	Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații
1. Seminar introductiv	Conversație, exerciții, muncă în grup.	2
2. Scrisoarea oficială în general. Analiza unei scrisori oficiale		2
3. Autoprezentare în scris		2
4. Scrisoarea de motivație. Redactarea unei scrisori de motivație		2
5. Cererea		2
6. Scrisoarea informativă		2
7. Emailul oficial		2
8. Test de evaluare a cunoștințelor.		2
9. Articolul științific		2
10. Analizarea unui articol științific		2
11. Scrierea unui articol științific		2
12. Redactarea primei părți al articolului		2
13. Redactarea părții argumentative al articolului		2
14. Redactarea ultimei părți al articolului		2

Bibliografie

1. Aczel, Richard: *Hogyan írjunk esszét?* (Cum se scrie un eseu?) Editura Osiris, Budapesta, 2000, 158 pagini.

2. Adamik, Tamás – A. Jaszó, Anna – Aczél, Petra: *Retorika*. (Retorică) Editura Osiris, Budapesta, 2004, 706 pagini.
3. Szabó, Katalin: *Kommunikáció felsőfokon*. (Comunicare la cel mai înalt nivel) Editura Kossuth, Budapesta, 2002, 406 pagini

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

Abordarea subiectelor are loc conform tematizării asociațiilor profesionale din domeniul redactării și editării de carte și jurnale din țară și pe plan internațional.

10. Evaluare

A. Condiții de îndeplinit pentru prezentarea la evaluare:

- Promovarea seminarului este condiție a prezentării la evaluarea finală.

B. Criterii, metode și ponderi în evaluare:

Tip activitate		10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs		Scrierea unui eseu argumentativ	Examen scris	50%
10.5.	Seminar	Aplicarea cu succes a practicilor și tehnicilor de redactare.	Evaluare pe parcurs	50%
	Laborator			
	Proiect			
	Practică			
10.6. Standard minim de performanță				
• Capacitatea de a identifica o formă de comunicare argumentativă și elaborarea unui argument pe o temă dată. • Prezența activă la seminarii.				

Data completării
04.09.2025.

Semnătura titularului disciplinei
Lect. univ. dr. Tamás Dénes

Semnătura titularului/rilor de aplicații
Lect. univ. dr. Tamás Dénes

Data avizării în departament
08.09.2025.

Semnătura directorului de departament
Prof. univ. dr. Nistor Laura

Semnătura responsabilului programului de studii
conf. univ. Kósa István

Fișele disciplinelor din anul II

FIȘA DISCIPLINEI

pentru anul universitar 2025/26

Aprobat prin decizia Consiliului
Facultății nr. 1013/10.09.2025

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Sapiientia din Cluj-Napoca
1.2. Facultatea/ DPPD	Facultatea de Științe Economice, Socio-Umane și Inginerești, Miercurea Ciuc
1.3. Domeniul de studii	Științe ale Comunicării
1.4. Ciclul de studii	Licență
1.5. Programul de studiu	Comunicare și relații publice
1.6. Calificarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.0. Departamentul				Departamentul de Științe Sociale			
2.1. Denumirea disciplinei				Comunicare interculturală			
2.2. Tipul activității				Asistat integral	Asistat parțial:		Neasistat
2.3. Titularul disciplinei /Titularul cursului				Lect. univ. dr. Sólyom Andrea			
2.4. Titularul(ii) activităților de			seminar	Lect. univ. dr. Sólyom Andrea			
			laborator	-			
			proiect	-			
2.5. Anul de studiu	II.	2.6. Semestrul	4	2.7. Forma de verificare	C	2.8. Tipul disciplinei	DOB
2.9. Categoria formativă	DC	2.10 Categoria disciplinei	DC	2.11. Codul disciplinei	CBPK0851		

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	3	Din care: 3.2. curs	1	3.3. seminar	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	42	Din care: 3.5. curs	14	3.6. seminar	28

3.4.o Din care online	0	3.5.o. curs	0	3.6. o. seminar	0
-----------------------	---	-------------	---	-----------------	---

3.7. Numărul de puncte de credit conform planului de învățământ ¹⁴	3
3.8. Total ore pe semestru	84
3.9. Total ore studiu individual	42
3.10. Distribuția fondului de timp pentru studiu individual:	ore
a) Studiul după bibliografie și notițe	20
b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	10
c) Pregătire seminarii, teme	12
d) Tutoriat	0
e) Examinări	0
f) Alte activități:	0

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	-
4.2. de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului	Sală dotată cu mobilier modular, acces internet, proiector, difuzor
5.2. De desfășurare a seminarului	Sală dotată cu mobilier modular, acces internet, proiector, difuzor

6. Rezultate ale învățării

Cunoștințe	C.4.3. Studentul/absolventul diferențiază între tipuri de narațiuni, tipuri de raționamente, elemente de logică, teoria argumentării și retorică sau discurs public pentru a clasifica perspective diferite, respectiv evalua argumente în contextul comunicării profesionale.
Aptitudini	A.4.1. Studentul/absolventul aplică procese pentru verificarea unor informații în contextul comunicării profesionale; A.4.2. Studentul/absolventul descoperă erori în argumentație, cadre sau scheme de interpretare distincte oferite de diferite surse în contextul comunicării profesionale;

¹⁴ 1 credit este corespunzător cu 28 ore de studiu

Responsabilitate și autonomie	R.4.3. Studentul/absolventul analizează critic evenimentele curente în politică, economie, comunitățile sociale, sectoarele culturale, pe plan internațional și în sport, precum și tendințele culturale populare, cum ar fi cultura pop și argoul cultural și social și mesajele publice ale persoanele de pe rețelele de socializare / platformele digitale cele mai utilizate în contextul său socio-cultural și profesional.
--------------------------------------	--

7. Obiectivele disciplinei

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Dezbaterea unor probleme sociale actuale, însușirea și folosirea unor termeni de specialitate
7.2. Obiectivele specifice	Exersarea limbii române, comunicare despre percepții și perspective diferite

8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Fond de timp alocat / Observații
1.Introducere	Dezbatere	1 oră
2-3. Avort în perioada socialismului	Prelegere, explicație, problematizare	2 ore
4-5. Tehnici de supraviețuire în socialism		2 ore
6-7. Abuz		2 ore
8. Managementul conflictelor, violență domestică		1 oră
9. Capital social, corupție		1 oră
10. Continuarea studiilor		1 oră
11. Sistemul de sănătate, corupție		1 oră
12. Tensiuni de pe piața muncii, prejudecăți		1 oră
13. Neocapitalism		1 oră
14. Recapitulare	Dezbatere	1 oră
Bibliografie Cristian Mungiu – 4 luni, 3 săptămâni, 2 zile, 2007 Cristian Mungiu – Povești din epoca de aur, 2009 Cristian Mungiu – După dealuri, 2012 Radu Jude – Toată lumea din familia noastră, 2012 Calin Peter Netzer – Poziția copilului, 2013 Cristian Mungiu – Bacalaureat, 2016 Alexander Nanau – Colectiv, 2019 Cristian Mungiu – R.M.N., 2022 Radu Jude – Nu aștepta prea mult de la sfârșitul lumii, 2023		
8.2. Seminar	Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații
1. Introducere	Dezbatere	2 ore
2. Sistemul de sănătate și birocrăția	Prelegere, explicație, problematizare	2 ore
3. Viața familială la sfârșitul socialismului		2 ore

4. Conflicte intrafamiliale		2 ore
5. Droguri, aplicarea legii		2 ore
6. Reflexii asupra istoriei		2 ore
7. Elite, stereotipii, lipsa de comunicare		2 ore
8. Schimbarea regimului I.		2 ore
9. Schimbarea regimului II.		2 ore
10. Mafia din capitală I.		2 ore
11. Mafia din capitală II.		2 ore
12. Minorități I.		2 ore
13. Minorități II.		2 ore
14. Recapitulare	Dezbatere	2 ore
Bibliografie Cristian Puiu – Moartea domnului Lăzărescu, 2005 Catalin Mitulescu – Cum mi-am petrecut sfârșitul lumii, 2006 Radu Jude – Cea mai fericită fată din lume, 2009 Corneliu Porumboiu – Polițist, Adjectiv, 2009 Radu Jude - Aferim! 2018 Radu Jude – Îmi este indiferent dacă în istorie vom intra ca barbari, 2018 Radu Jude – Babardeală cu bucluc sau porno balamuc, 2021 Corneliu Porumboiu – A fost sau n-a fost?, 2006 Tudor Giurgiu – Libertate, 2023 Igor Cobileanski – Bogdan Mirica: Umbre – serial, 2014-2019 Steve Bailie: Subteran – serial, 2025		
8.3. Laborator	Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații
Bibliografie		
8.4. Proiect	Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații
Bibliografie		
8.5. Practica	Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații
Bibliografie		

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

Abordarea temelor actuale se desfășoară în limba română pe baza filmografiei din bibliografie. Pe baza vizionării și discutării filmelor studenții exersează, pe de o parte comunicarea, pe de altă parte dezbateră percepțiilor despre fenomenele prelucrate. Angajatorii deseori pun pe primul loc competențele lingvistice în limba română care vor fi dezvoltate și cu ajutorul unor jocuri interactive bazate pe termeni de

10. Evaluare

A. Condiții de îndeplinit pentru prezentarea la evaluare:

Promovarea seminarului este condiția prezentării la evaluare finală.

B. Criterii, metode și ponderi în evaluare:

Tip activitate		10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs		Capacitatea de a comunica în limba română despre un fenomen social	colocviu	50%
10.5.	Seminar	Capacitatea de a comunica în limba română despre un fenomen social	evaluare pe parcurs	50%
	Laborator	-		
	Proiect	-		
	Practică	-		
10.6. Standard minim de performanță				
Studenții vor viziona filme românești și vor discuta despre acestea în cadrul orelor. Pentru nota cinci este nevoie de dovedirea vizionării a cel puțin patru filme prin participarea activă la dezbateră acestora.				

Data completării

01.09.2025.

Semnătura titularului disciplinei

Lect. univ. dr. Sólyom Andrea

Semnătura titularului/rilor de aplicații

Lect. univ. dr. Sólyom Andrea

Data avizării în departament

08.09.2025.

Semnătura directorului de departament

Prof. univ. dr. Nistor Laura

Semnătura responsabilului programului de studii

Conf. univ. dr. Kósa István

FIȘA DISCIPLINEI
pentru anul universitar 2025/26

Aprobat prin decizia Consiliului
Facultății nr. 1013/10.09.2025

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Sapiientia din Cluj-Napoca
1.2. Facultatea/ DPPD	Științe Economice, Socio-Umane și Inginerești din Miercurea Ciuc
1.3. Domeniul de studii	Științe ale Comunicării
1.4. Ciclul de studii	Licență
1.5. Programul de studiu	Comunicare și relații publice
1.6. Calificarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.0. Departamentul	Departamentul de Științe Sociale		
2.1. Denumirea disciplinei	Deontologie profesională		
2.2. Tipul activității	Asistat integral	Asistat parțial:	Neasistat
2.3. Titularul disciplinei /Titularul cursului	Lect. univ. dr. Tamás Dénes		
2.4. Titularul(ii) activităților de	seminar	Lect. univ. dr. Tamás Dénes	
	laborator		
	proiect		
2.5. Anul de studiu	II.	2.6. Semestrul	4.
2.7. Forma de verificare	E	2.8. Tipul disciplinei	DOB
2.9. Categoria formativă	DD	2.10 Categoria disciplinei	DD
2.11. Codul disciplinei	CBPS0791		

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	4	Din care: 3.2. curs	3	3.3. seminar	1
3.4. Total ore din planul de învățământ	56	Din care: 3.5. curs	42	3.6. seminar	14

3.4.o Din care online		3.5.o. curs		3.6. o. seminar	
-----------------------	--	-------------	--	-----------------	--

3.7. Numărul de puncte de credit conform planului de învățământ ¹⁵	6
3.8. Total ore pe semestru	168
3.9. Total ore studiu individual	112
3.10. Distribuția fondului de timp pentru studiu individual:	ore
a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	40
b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	40
c) Pregătire seminarii, teme	30
d) Tutoriat	
e) Examinări	2
f) Alte activități:	

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Nu se aplică.
4.2. de competențe	Nu se aplică.

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului	Sală de curs dotată cu videoproiector și cu acces internet.
5.2. De desfășurare a seminarului	Sală de seminar dotată cu videoproiector și cu acces internet.

6. Rezultate ale învățării

Cunoștințe	C.5.1. Studentul identifică modele utilizate pentru luarea deciziilor etice sau raționamente morale în problemele din domeniul comunicării. C.5.2. Studentul identifică normele profesionale în raport cu rolul asumat în comunicarea publică.
Aptitudini	A.4.4. interpretează valorile și mesajele ideologice și culturale încorporate în produsele media. A.5.1. aplică modele pentru luarea deciziilor etice sau raționamente morale și principiile deontologice sau normele etice care stau la baza organizării și funcționării activităților specifice domeniului științe ale comunicării și modului de organizare a profesiei în probleme din domeniul comunicării, în crearea și distribuirea conținutului pe canale media publice și private;

¹⁵ 1 credit este corespunzător cu 28 ore de studiu

Responsabilitate și autonomie	R.5.1. judecă în raport cu modele pentru luarea deciziilor etice, coduri deontologice, respectiv legislației naționale și europene în raport în contextul luării de decizii în probleme profesionale din domeniul comunicării.
--------------------------------------	--

7. Obiectivele disciplinei

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Introducere generală în etică și clarificarea legăturii dintre serviciul public și etică. Cunoașterea caracteristicilor actului moral. Însușirea noțiunilor și teoriilor de bază ale diferitelor etici profesionale.
7.2. Obiectivele specifice	Cunoașterea importanței eticii în viața studentescă, profesională și în viața de zi cu zi. Întărirea atitudinii etice în diferite situații ale vieții

8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Fond de timp alocat / Observații
1.Întroducere	Prelegere, discuții interactive, demonstrație, exerciții, scurt filme.	2
2. Accepțiunile etice ale manipulării		6
3. Etica în mass-media. Originile sociale ale eticii în mass-media		2
4. Modele mediatice normative		2
5. Problemele pragmatice ale eticii în mass-media		2
6. Bioetică		4
7. Etică în administrație publică		2
28. Etică în relație publică		4
9. Standardele etice ale PR		2
10. Problemele etice ale HR		4
11. Etica în reclame și branding		2
12. Normele cyberspace		2
13. Etica comunicării on-line		4
14. Recapitulare		2
Bibliografie Tamás, Dénes: <i>Etika a kommunikáció világában</i> . (Etica în lumea comunicării). Ed: Státus Kiadó, Miercurea Ciuc, 2010, 135 pagini. <i>Ambrus, István-Farkas, Ádám: A compliance alapkérdései - az etikus vállalati működés elmélete és gyakorlata</i> , Wolters Kluwer Hungary Kft. 2026, https://mersz.hu/keres/szakmai%20etika/hivatkozas/m734YOV1810_103_p2/#m734YOV1810_103_p2 Christians, Clifford G.: <i>Etica mass-media</i> . Polirom, Iași, 2001, 328 pagini.		

Frunză, Sandu: *Comunicarea etică și responsabilitatea socială*, Tritonic, București, 2011, 104 pagini.

Nyíri, Tamás: *Alapvető etika*, (Etica fundamentală). Ed. Pázmány Péter, Budapesta, 1988, 182 pagini.

Oprea, Bogdan: *Fake News și dezinformare online*, Polirom, Iași, 2021, 296 pagini.

Ungvári Zrinyi, Imre: *Alkalmazott etika*, (Etica aplicată). Ed. Egyetemi Műhely Kiadó, Cluj-Napoca, 2007, 216 pagini.

8.2. Seminar	Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații
1. Prezentarea cerințelor în vederea evaluării: Cerința 1: Studenții trebuie să pregătească o analiză a manipulării mass-media. Această analiză trebuie prezentată. Cerința 2: Scrierea unui studiu de caz. Tema acestuia să fie o dilemă de etică profesională.	Prezentare, explicație, exemplificare, discuții	2 ore
2. Manipularea prin mass media: studii de caz, exerciții, discuții	Prezentare, explicație, exemplificare, discuții	2 ore
3. Prezentările studenților privind tema manipulării prin mass media	Munca individuală, discuții	4 ore
4. Dilema etică: concept, exemple, discuții	Prezentare, explicație, exemplificare, discuții	2 ore
5. Dilema etică: studiile de caz elaborate de studenți	Munca individuală, discuții	4 ore
Bibliografie Tamás, Dénes: <i>Etika a kommunikáció világában</i> . (Etica în lumea comunicării). Ed: Státus Kiadó, Miercurea Ciuc, 2010, 135 pagini. Oprea, Bogdan: <i>Fake News și dezinformare online</i> , Polirom, Iași, 2021, 296 pagini. Ungvári Zrinyi, Imre: <i>Alkalmazott etika</i> , (Etica aplicată). Ed. Egyetemi Műhely Kiadó, Cluj-Napoca, 2007, 216 pagini.		
8.3. Laborator	Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații
-		
8.4. Proiect	Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații
-		

Bibliografie		
8.5. Practica	Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații
-		
Bibliografie		

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

Disciplina urmărește teoriile moderne ale eticii profesionale și urmărește familiarizarea studenților cu diferite deontologii aplicate pe tema comunicării și mass media. În acest sens, studenții primesc exemple relevante din spațiul autohton și global.

10. Evaluare

A. Condiții de îndeplinit pentru prezentarea la evaluare:

Promovarea seminarului este condiție a prezentării la evaluarea finală.

B. Criterii, metode și ponderi în evaluare:

Tip activitate		10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs		Capacitatea de a utiliza în mod integrat conceptele de bază ale disciplinei.	Examen scris	50 %
10.5.	Seminar	Alcătuirea celor două teme de seminar. Calitatea temelor, capacitatea de a prezenta succint și comprehensiv temele alese.	Evaluare pe parcurs	50 %
	Laborator			
	Proiect			
	Practică			

10.6. Standard minim de performanță

- Alcătuirea celor două teme de seminar
- Definirea noțiunilor de bază ale eticii profesionale

Data completării

04.09.2025

Semnătura titularului disciplinei

Lect. univ. dr. Tamás Dénes

Semnătura titularului/rilor de aplicații

Lect. univ. dr. Tamás Dénes

Data avizării în departament

08.09.2025

Semnătura directorului de departament

Prof. univ. dr. Nistor Laura

Semnătura responsabilului programului de studii

Conf. univ. Kósa István

FIȘA DISCIPLINEI
pentru anul universitar 2025/26

Aprobat prin decizia Consiliului
Facultății nr. 1013/10.09.2025

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Sapiientia din Cluj-Napoca
1.2. Facultatea/ DPPD	Facultatea de Științe Economice, Socio-Umane și Inginerești, Miercurea Ciuc
1.3. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.4. Ciclul de studii	Licență
1.5. Programul de studiu	Comunicare și relații publice
1.6. Calificarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.0. Departamentul				Departamentul de Științe Sociale			
2.1. Denumirea disciplinei				Elaborarea unui produs de publicitate			
2.2. Tipul activității				Asistat integral	Asistat parțial:		Neasistat
				-	-		-
2.3. Titularul disciplinei /Titularul cursului				Lect. univ. dr. Székely Kinga Katalin			
2.4. Titularul(ii) activităților de			seminar	Lect. univ. dr. Székely Kinga Katalin			
			laborator	-			
			proiect	-			
2.5. Anul de studiu	II	2.6. Semestrul	3	2.7. Forma de verificare	C	2.8. Tipul disciplinei	DOP
2.9. Categoria formativă	DS	2.10 Categoria disciplinei	DS	2.11. Codul disciplinei	CBPK0811		

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	3	Din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar	1
3.4. Total ore din planul de învățământ	42	Din care: 3.5. curs	28	3.6. seminar	14
3.4.o Din care online	-	3.5.o. curs	-	3.6. o. seminar	-
3.7. Numărul de puncte de credit conform planului de învățământ ¹⁶					5
3.8. Total ore pe semestru					140
3.9. Total ore studiu individual					98

¹⁶ 1 credit este corespunzător cu 28 ore de studiu

3.10. Distribuția fondului de timp pentru studiu individual:	ore
a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	22
b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	30
c) Pregătire seminarii, teme, referate	40
d) Tutoriat	6
e) Examinări	0
f) Alte activități:	0

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	
4.2. de competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului	Sală de curs dotată cu tablă interactivă, acces la internet.
5.2. De desfășurare a seminarului	Sală de seminar dotată cu tablă interactivă, acces la internet.

6. Rezultate ale învățării

Cunoștințe	Studentul/Absolventul: • C.3.3. identifică tehnici de redactare sau structurarea a conținutului (narative, descriptive, expozitive, argumentative sau persuasive) și principii de retorică sau compunere a mesajelor ce vizează îmbunătățirea capacității scriitorilor și vorbitorilor de a informa, convinge sau motiva publicul;
Aptitudini	Studentul/Absolventul: • A.3.1. aplică practici de producție potrivite pentru diferite tipuri de conținuturi și moduri de expresie (text, fotografie, audio, video) și tipuri de canale media: presa tipărită, televiziunea, radioul, cinematografia, presa online, platformele digitale, aplicațiile mobile; • A.3.3. aplică principii de retorică sau compunere a mesajelor ce vizează îmbunătățirea capacității scriitorilor și vorbitorilor de a informa, convinge sau motiva publicul; • A.3.4. utilizează aplicații software pentru compunerea, editarea, formatarea și oricărui tip de material scris sau compunerea și editarea de materiale audiovizuale.

Responsabilitate și autonomie	Studentul/Absolventul: ● R.3.1. Produce un conținut sau produs media în vederea difuzării/publicării pe unul sau mai multe canale sau platforme, utilizând media (text, fotografie, audio, video) separat sau în conjuncție în contextul realizării unui proiect profesional; ● R.3.2. Redactează și editează texte originale de natură creativă, jurnalistice, promoționale, publicitare, de promovare instituțională, funcționale, tehnice sau academice.
--------------------------------------	---

7. Obiectivele disciplinei

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Studentii să dobândească cunoștințe fundamentale privind publicitatea și rolul acesteia în comunicarea de marketing. Cursul urmărește dezvoltarea creativității și a abilităților practice necesare elaborării materialelor publicitare eficiente, adaptate diferitelor canale media. De asemenea, vor învăța să aplice tehnici și modele de persuasiune, să planifice și să evalueze campanii publicitare, respectând principiile eticii și legislația în domeniu. Prin acest curs, se urmărește formarea unei perspective integrate asupra procesului de comunicare publicitară, de la strategie și branding la execuție creativă.
7.2. Obiectivele specifice	● Să fie capabili să identifice și să analizeze tipurile de publicitate și canalele de comunicare potrivite pentru diferite audiențe. ● Să dezvolte abilități de redactare a mesajelor persuasive, adaptate pentru presa scrisă, audio și video. ● Să utilizeze platforme digitale și social media pentru publicitate, adaptând mesajul la specificul fiecărui canal ● Să poată concepe materiale publicitare creative, folosind principii de design grafic și storytelling ● Să înțeleagă și să aplice strategii de branding ● Să planifice campanii publicitare integrate, inclusiv media planning

8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Fond de timp alocat / Observații
1. Revizuirea conceptelor de bază ale comunicării publicitare	prelegere interactivă, învățare prin problematizare, explicație și demonstrație, studii de caz	2 ore
2. Creativitatea în publicitate		2 ore
3. Publicitate în mediu social media – studii de caz		2 ore
4. Metode și tehnici de persuasiune utilizate în publicitate – studii de caz, exemple		2 ore
5. Modele de persuasiune utilizate în publicitate		2 ore
6. Elaborarea mesajelor persuasive		2 ore
7. Redactarea mesajelor publicitare pentru presa scrisă		2 ore

8. Redactarea materialelor de publicitate pentru platforme social media		2 ore
9. Redactarea mesajelor publicitare audio		2 ore
10. Redactarea mesajelor publicitare video		2 ore
11. Procesul de branding I.		2 ore
12. Procesul de branding II.		2 ore
13. Strategii de campanie și media planning		2 ore
14. Forme neconvenționale de publicitate – exerciții		2 ore

Bibliografie:

- SZÉKELY, Kinga Katalin: Reklámanyagok előállítás (Elaborarea materialelor de publicitate) – note de curs online, 2024. [Reklámok szerkesztése 2024.pdf](#)
- KOVÁCS, Noémi: A tökéletes PR-cikk titka: minden, amit tudnod kell a sikerhez (Secretul articolului de RP perfect: Tot ce trebuie să știi pentru succes), WhitePress, 2022-07-28, <https://www.whitepress.com/hu/tudasbazis/1359/a-tokeletes-pr-cikk-titka-minden-amit-tudnod-kell-a-sikerhez>
- KLAUSZ, Melinda – SÁRINGER, Viktória: Újgenerációs közösségi media felületek és kommunikáció. (Platforme de social media și comunicare de nouă generație). Editura Közöségi-media.com, Veszprém, 2022, 382 pagini.
- MÓRICZ, Éva - TÉGLÁSSY, István: Kreatív tervezés a reklámban (Design creativ în publicitate). Editura Budapesti Közgazdaságtudományi Egyetem, Budapest, 2002, 168 pagini.
- PREDA, Sorin: Introduce în creativitatea publicitară. Polirom, Iași, 2011, 240 pagini.
- SAS, István: Reklám és pszichológia a webkorszakban: upgrade 4.0: a kiegyezés kora. (Publicitatea și psihologia în era internetului: upgrade 4.0: era compromisului) Editura Kommunikációs Akadémia, Budapest, 2018, 364 pagini.
- SAS, István: Reklám és pszichológia a webkorszakban: upgrade 3.0 (Publicitatea și psihologia în era internetului) Editura Kommunikációs Akadémia, Budapest, 2012, 402 pagini.

8.2. Seminar	Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații
1. Analiza campaniilor publicitare tradiționale și online	proiecte de grup, dezbateri, studii de caz, workshop-uri practice	2 ore
2. Rolul textului în publicitate; Modul de formare a textelor publicitare, rolul lor în procesul de persuasiune		2 ore
3. Relația dintre text și imagine; Realizarea printurilor, comunicarea vizuală		2 ore
4. Argumentarea narativă și non-narativă în publicitate; Modele de creare a mesajelor publicitare, criteriile mesajelor		2 ore
5. Elementele care alcătuiesc o reclamă; Printuri, spoturi radio, anunțuri online, clipuri TV		2 ore
6. Planul creativ și campaniile publicitare; Elementele planului creativ, realizarea acestuia		2 ore
7. Proiect final și prezentarea materialelor de publicitate		2 ore

Bibliografie

- GREEN, Andy: Comunicarea eficientă: crearea mesajelor și relațiile sociale. Polirom, Iași, 2009, 304 pagini.
- JANATA, Kriszta: *Szövegírás szenvedéllyel (Copywriting cu pasiune)*. MC Systems, Budapesta, 2021, 196 pagini.
- KÖSZEGI, András: *Ez a branding: 51 márkás beszélgetés (Acesta este brandingul: 51 de conversații despre branduri)* Editura BrandTrend, Budapesta, 2013, 258 pagini.
- SAS, István: *Az ötletes reklám (Publicitatea creativă)*. Editura Kommunikációs Akadémia Könyvt., Budapesta, 2007, 308 pagini.
- <https://www.adsoftheworld.com/>
- <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/en-emea/>
- <https://www.campaignlive.co.uk/>

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

Conținuturile disciplinei răspund cerințelor actuale ale comunității academice și profesionale din domeniul comunicării și publicității, având în vedere atât fundamentele teoretice, cât și dimensiunea practică a elaborării materialelor publicitare. Structura cursului este aliniată cu recomandările asociațiilor profesionale din domeniu, vizând dezvoltarea competențelor de creativitate, copywriting, branding, planificare media și utilizare a tehnicilor de persuasiune. Totodată, disciplina corespunde așteptărilor angajatorilor din industrii precum agențiile de publicitate, departamentele de marketing și comunicare, mass-media și companiile orientate spre promovarea brandurilor, prin accentul pus pe deprinderi aplicative, gândire critică și adaptarea mesajelor publicitare la diferite canale media, inclusiv social media și forme neconvenționale.

10. Evaluare

A. Condiții de îndeplinit pentru prezentarea la evaluare:

Prezență la seminarii (80%)

Elaborarea unei campanii de publicitate pe parcursul semestrului.

B. Criterii, metode și ponderi în evaluare:

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs	Corectitudinea răspunsurilor; Utilizarea terminologiei de specialitate; Legătura cu teoria și exemplele din practică; Originalitatea soluțiilor propuse.	Colocviu	20%
	Claritatea și structura prezentării orale; Relevanța și fezabilitatea proiectului; Creativitatea și originalitatea materialelor realizate; Colaborarea și implicarea	Elaborare referat (campanie publicitară)	40%

10.5.	Seminar	Implicarea la discuții și activități; • Creativitatea și aplicarea corectă a instrumentelor de publicitate • Rezolvarea exercițiilor practice	Evaluare continuă	40%
10.6. Standard minim de performanță				
• Pentru referatul conținând campania publicitară, studentul trebuie să demonstreze realizarea materialelor de bază, chiar dacă acestea nu includ toate elementele complexe sau creative. • Să fie capabil să analizeze un mesaj publicitar existent, să identifice tehnici de persuasiune utilizate și să ofere observații critice simple. • Să participe activ la seminarii.				

Data completării:

02.09.2025.

Semnătura titularului disciplinei
Lect. univ. dr. Székely Kinga Katalin

Semnătura titularului/rilor de aplicații
Lect. univ. dr. Székely Kinga Katalin.

Data avizării în departament
08. 09. 2025.

Semnătura directorului de departament
Prof. univ. dr. Nistor Laura

Semnătura responsabilului programului de studii
Conf. univ. dr. Kósa István

FIȘA DISCIPLINEI
pentru anul universitar 2025/26

Aprobat prin decizia Consiliului
Facultății nr. 1013/10.09.2025

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Sapiientia din Cluj-Napoca
1.2. Facultatea/ DPPD	Științe Economice, Socio-Umane și Inginerești din Miercurea Ciuc
1.3. Domeniul de studii	Științe ale Comunicării
1.4. Ciclul de studii	Licență
1.5. Programul de studiu	Comunicare și relații publice
1.6. Calificarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.0. Departamentul				Departamentul de Științe Sociale						
2.1. Denumirea disciplinei				Etică și integritate academică						
2.2. Tipul activității				Asistat integral		Asistat parțial:		Neasistat		
2.3. Titularul disciplinei /Titularul cursului				Lect. univ. dr. Tamás Dénes						
2.4. Titularul(ii) activităților de			seminar	Lect. univ. dr. Tamás Dénes						
			laborator							
			proiect							
2.5. Anul de studiu		II.	2.6. Semestrul	3.	2.7. Forma de verificare		E	2.8. Tipul disciplinei		DOB
2.9. Categoria formativă		DF	2.10 Categoria disciplinei	DF	2.11. Codul disciplinei		CBHF0001			

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	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	56	Din care: 3.5. curs	28	3.6. seminar	28

3.4.o Din care online		3.5.o. curs		3.6. o. seminar	
-----------------------	--	-------------	--	-----------------	--

3.7. Numărul de puncte de credit conform planului de învățământ ¹⁷	6
3.8. Total ore pe semestru	168
3.9. Total ore studiu individual	112
3.10. Distribuția fondului de timp pentru studiu individual:	ore
a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	40
b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	40
c) Pregătire seminarii, teme	30
d) Tutoriat	
e) Examinări	2
f) Alte activități:	

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Nu se aplică.
4.2. de competențe	Nu se aplică.

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului	Sală de curs dotată cu videoproiector și cu acces internet.
5.2. De desfășurare a seminarului	Sală de seminar dotată cu videoproiector și cu acces internet.

6. Rezultate ale învățării

Cunoștințe	- C.5.1. identifică modele utilizate pentru luarea deciziilor etice sau raționamente morale în problemele din domeniul comunicării; - C.5.2. identifică normele profesionale în raport cu rolul asumat în comunicarea publică;
Aptitudini	A.5.1. aplică modele pentru luarea deciziilor etice sau raționamente morale și principiile deontologice sau normele etice care stau la baza organizării și funcționării activităților specifice domeniului științe ale comunicării și modului de organizare a profesiei în probleme din domeniul comunicării, în crearea și distribuirea conținutului pe canale media publice și private;
Responsabilitate și autonomie	R.5.1. judecă în raport cu modele pentru luarea deciziilor etice, coduri deontologice, respectiv legislației naționale și europene în raport în contextul luării de decizii în probleme profesionale din domeniul comunicării.

¹⁷ 1 credit este corespunzător cu 28 ore de studiu

7. Obiectivele disciplinei

7.1. Obiectivul general al disciplinei	● Introducere generală în etică și clarificarea legăturii dintre serviciul public și etică. ● Cunoașterea caracteristicilor actului moral ● Însușirea noțiunilor și teoriilor de bază ale eticii.
7.2. Obiectivele specifice	● Cunoașterea importanței eticii în viața studentescă, profesională și în viața de zi cu zi. ● Întărirea atitudinii etice în diferite situații ale vieții.

8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Fond de timp alocat / Observații
1. Introducere. Democrație și comunicare.	Prelegere frontală, discuții interactive, demonstrație, exerciții, filme.	2
2. Eticii profesionale		2
3. Drept și morală. Actul moral.		2
4. Caracteristicile moralei		2
5. Istoria eticii		2
6. Etica lui Aristotel		2
7. Etica lui Kant		2
8. Utilitarismul		2
9. Sociologia valorilor		2
10. Psihologia moralei		2
11. Valori și axiologie		2
12.. Situații decizionale complexe		2
13. Modele decizionale în etică		2
14. Recapitulare		2

Bibliografie

Tamás, Dénes. *Etika a kommunikáció világában*. (Etica în lumea comunicării) Ed. Státus Kiadó, Miercurea Ciuc, 2010. 135 pagini

Bertók, Rózsa: *Bevezetés az etika történetének tanulmányozásába. Elméletek, értékek, iskolák irányzatok*, Pécs, 2013 <https://www.szaktars.hu/kronosz/view/bevezetes-az-etika-tortenetenek-tanulmanyozasaba-elmeletek-ertekek-iskolak-iranyzatok/?query=etika&pg=21&layout=s>

Christians, Clifford G. et al. *Etica mass-media*. Polirom, Iași. 2001. 328 pagini.

Frunză, Sandu. *Comunicarea etică și responsabilitatea socială*. Ed. Tritonic, București, 2011. 208 pagini.

Nyíri, Tamás. *Alapvető etika*, (Etica fundamentală), Ed: Pázmány Péter, Budapesta, 1988. 92 pagini.

Oprea, Bogdan. *Fake News și dezinformare online*, Ed. Polirom, Iași, 2021. 296 pagini.

Ungvári Zrinyi, Imre. *Alkalmazott etika*. (Etica aplicată). Ed: Egyetemi Műhely Kiadó, Cluj-Napoca, 2007. 216 pagini.

8.2. Seminar	Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații
1.Baranyi Árpád: <i>Etika vagy reálpolitika</i> (descărcate de pe Internet)	Discuții interactive, demonstrație, exerciții, filme.	2
2. Lányi András: <i>Az erkölcsi gondolkodás alapjai</i> (fragmente), In: <i>Az emberismeret és etikai tantárgy elméleti háttéréről</i> https://www.scribd.com/document/678169568/Lanyi-Etika		2
3. Hans Jonas: <i>Az emberi cselekvés megváltozott természete</i> , In. <i>Környezet és etika</i> , Szöveggyűjtemény, L'Harmattan, 2005. https://hankovszky.tamas.btk.ppke.hu/szgy/kornyjonas.pdf		2
4. John A. Rohr: <i>A szakmai etika problémája</i> , In. <i>Közszolgálat és etika</i> , Helikon, 1997 https://epa.oszk.hu/00900/00979/00429/pdf/EPA00979_erdelyi_muzeum_2017_4_098-106.pdf		2
5. Dennis F. Thompson: <i>A közszolgálati etika lehetősége</i> , In. <i>Közszolgálat és etika</i> , Helikon, 1997		2
6. Dennis F. Thompson: <i>A sokszereplős cselekvés erkölcsi felelőssége</i> , In. <i>Közszolgálat és etika</i> , Helikon, 1997.		2
7. Philippe Breton: <i>A sajtószabadság</i> In. <i>A manipulált beszéd</i> , Helikon, 2000, 200-208.		2
8. Philippe Breton: <i>Manipulációról</i> In. <i>A manipulált beszéd</i> , Helikon, 2000, 192-200 o.		2
9. Vizionarea filmului: <i>Vag the dog</i>		2
11. Discutarea filmului: <i>Vag de dog</i>		2
12. Bajomi Lázár Péter: <i>A sajtószabadság konszolidációja</i> , Médiakutató, 2005, ősz.		2

13. Császi Lajos: <i>Tévérőszak és populáris kultúra: a krimi mint morális tanmese</i> , Replika, 1999, márc.		2
14. Peter Singer: <i>Minden állat egyenlő</i> , In. Környezet és etika, Szöveggyűjtemény, L'Harmattan, 2005		2
Bibliografie Textele abordate la seminar sunt puse la dispozitia studenților fie în format electronic de pe net, fie în format xerocopiat sau scanat pe Drive-ul disciplinei, pe platforma Classroom.		
8.3. Laborator	Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații
-		
Bibliografie		
8.4. Proiect	Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații
-		
Bibliografie		
8.5. Practica	Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații
-		
Bibliografie		

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

Disciplina urmărește teoriile moderne ale eticii și familiarizarea studenților cu etica mass media și cu aplicațiile moderne ale eticii în domeniul PR. În acest sens, studenții primesc exemple relevante din spațiul autohton și global.

10. Evaluare

A. Condiții de îndeplinit pentru prezentarea la evaluare:

Prezența activă la 70% din seminarii.

B. Criterii, metode și ponderi în evaluare:

Tip activitate		10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs		Capacitatea de a utiliza în mod integrat conceptele de bază ale disciplinei. Capacitatea de aplica abordările etice discutate la curs la cazuri concrete de dileme etice.	Examen scris	50 %
10.5.	Seminar	Activitate la ore, calitatea notițelor.	Verificare pe parcurs	50 %
	Laborator			
	Proiect			
	Practică			
10.6. Standard minim de performanță				
● Alcătuirea a cel puțin șapte notițe bibliografice la seminarii. ● Definirea noțiunilor de bază ale eticii.				

Data completării

06.09.2025

Semnătura titularului disciplinei

Lect. univ. dr. Tamás Dénes

Semnătura titularului/rilor de aplicații

Lect. univ. dr. Tamás Dénes

Data avizării în departament

08.09.2025

Semnătura directorului de departament

Prof. univ. dr. Nistor Laura

Semnătura responsabilului programului de studii

Conf. univ. dr. Kósa István

FIȘA DISCIPLINEI
pentru anul universitar 2025/26

Aprobat prin decizia Consiliului
Facultății nr. 1013/10.09.2025

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Sapiientia din Cluj-Napoca
1.2. Facultatea/ DPPD	Facultatea de Științe Economice, Socio-Umane și Inginerești, Miercurea Ciuc
1.3. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.4. Ciclul de studii	Licență
1.5. Programul de studiu	Comunicare și relații publice
1.6. Calificarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.0. Departamentul	Departamentul de Științe Sociale		
2.1. Denumirea disciplinei	Relații publice sectoriale – instituțional		
2.2. Tipul activității	Asistat integral	Asistat parțial:	Neasistat
	-	-	-
2.3. Titularul disciplinei /Titularul cursului	Lect. univ. dr. Tóth Batizán Emese		
2.4. Titularul(ii) activităților de	seminar	Asist. univ. dr. Silló Ágota	
	laborator	-	
	proiect	-	
2.5. Anul de studiu	2	2.6. Semestrul	4
2.7. Forma de verificare	E	2.8. Tipul disciplinei	DOP
2.9. Categoria formativă	DS	2.10 Categoria disciplinei	DS
2.11. Codul disciplinei	CBPK0761		

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	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	56	Din care: 3.5. curs	28	3.6. seminar	28
3.4.o. Din care online	0	3.5.o. curs	0	3.6. o. seminar	0
3.7. Numărul de puncte de credit conform planului de învățământ ¹⁸					5

¹⁸ 1 credit este corespunzător cu 28 ore de studiu

3.8. Total ore pe semestru	140
3.9. Total ore studiu individual	84
3.10. Distribuția fondului de timp pentru studiu individual:	ore
a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	35
b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	25
c) Pregătire seminarii, teme	20
d) Tutoriat	2
e) Examinări	2
f) Alte activități	

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	-
4.2. de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului	Sală de curs prevăzută cu tehnică digitală.
5.2. De desfășurare a seminarului	Sală de seminar prevăzută cu tehnică digitală.

6. Rezultate ale învățării

Cunoștințe	C.4.2. Studentul/Absolventul diferențiază între probleme sau formulări descriptive și probleme sau formulări prescriptive în contextul evaluării afirmațiilor în comunicarea profesională. C.5.1. Studentul/Absolventul identifică modele utilizate pentru luarea deciziilor etice sau raționamente morale în problemele din domeniul comunicării. C.6.2. Studentul/Absolventul diferențiază între strategiile și design-urile de comunicare specifice diferitelor contexte de comunicare organizaționale sau situaționale (comunicarea în situații de risc, în situații de criză, pentru producția schimbării sociale, pentru elaborarea politicilor publice, a politicilor interne etc.).
Aptitudini	A.4.4. Studentul /Absolventul interpretează valorile și mesajele ideologice și culturale încorporate în produsele media. A.5.1. Studentul /Absolventul aplică modele pentru luarea deciziilor etice sau raționamente morale și principiile deontologice sau normele etice care stau la baza organizării și funcționării activităților specifice domeniului științe ale comunicării și modului de organizare a profesiei în probleme din domeniul comunicării, în crearea și distribuirea conținutului pe canale media publice și private.

Responsabilitate și autonomie	R.7.3. Studentul /Absolventul colaborează cu alte persoane în cadrul unor echipe pentru a rezolva probleme profesionale specifice. R.7.4. Studentul /Absolventul planifică/își asumă și respectă termene strânse pentru a realiza sarcini sau proiecte profesionale. R.7.5. Studentul /Absolventul demonstrează sensibilitate interculturală participând în comunități și rețele diferite.
--------------------------------------	---

7. Obiectivele disciplinei

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Cunoașterea conceptelor de bază ale instituțiilor, în contextul transformărilor rapide ale societății organizaționale contemporane. Înțelegerea importanței instituțiilor pentru o societate stabilă și funcțională. Formarea unei atitudini prosociale pentru o responsabilizare adecvată.
7.2. Obiectivele specifice	Înțelegerea rolului specific pe care instituțiile guvernamentale le joacă în spațiul organizațional. Dezvoltarea atitudinii civice pentru o implicare activă și responsabilă în viața comunității.

8. Conținuturi

8.1. Curs		Metode de predare	Fond de timp alocat / Observații
1	Introducere în lumea organizațiilor: ce este o organizație? Caracteristicile lor: – guvernamentale (instituții) – de afaceri (companii) – civile (asociații, fundații)	Prelegere, problematizare, explicație	2 ore
2	Tipuri de organizații după de domeniile lor de activitate – organizații care activează în domeniile economic, politic, cultural și social	Explicație, prezentare, demonstrație	2 ore
3	Cultură organizațională, cultură instituțională. Modelul lui Geert Hofstede	Explicație, prezentare, dezbateri	2 ore
4	Stiluri de conducere în organizații: autoritar, democratic, laissez-faire – cazul instituțiilor guvernamentale	Abordare euristică, problematizare, demonstrație	2 ore
5	Comunicarea în organizații: comunicare internă și externă – cazul instituțiilor guvernamentale din România	Abordare euristică, prezentare, problematizare	2 ore
6	Reglementarea comunicării instituționale: studii de caz – cazul universităților: România, Ungaria, Germania	Explicație, demonstrație, studiu de caz	2 ore
7	Comunicarea digitală în instituții: procesul digitalizării în România	Abordare euristică, prezentare, problematizare	2 ore
8	Organizarea, planificarea și implementarea activității de relații publice la nivel instituțional: cazul universităților din România și Ungaria	Explicație, prezentare, problematizare	2 ore

9	Planificarea și organizarea evenimentelor la nivel instituțional: cazul Universității Sapientia, centrul de studii din Miercurea Ciuc	Explicație, demonstrație, studiu de caz	2 ore
10	Construirea brandului instituțional: cazul Universității Sapientia, centrele de studii din Miercurea Ciuc și Târgu Mureș	Studiu de caz comparativ, problematizare, demonstrație	2 ore
11	Cooperare și parteneriat instituțional: cazul Universității Sapientia, centrul de studii din Miercurea Ciuc	Explicație, demonstrație, studiu de caz	2 ore
12	Dezvoltare instituțională: parteneriatul public-privat – cazul Centrului Cultural Județean din Miercurea Ciuc	Explicație, prezentare, dezbateri	2 ore
13	Vizită la o instituție publică din Miercurea Ciuc: aspectele practice ale comunicării instituționale – oportunități și obstacole	Explicație, demonstrație, studiu de caz	2 ore
14	Valorile organizaționale ale sectorului guvernamental: codurile deontologice ale comunicării în instituții	Explicație, demonstrație, dezbateri	2 ore

Bibliografie

Obligatorie:

Verginia Vedinaș, Ioan - Laurențiu Vedinaș (2023): Comunicare în administrația publică. O viziune altfel. Editura Universul Juridic.

Recomandată:

Tóth-Batizán, Emese (2024): Posibilitățile de profesionalizare ale industriei turistice din Ținutul Secuiesc. Analiză comparativă: Ținutul Secuiesc, Tirolul de Sud și Balaton. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca, pag. 155.

Von Thun, Friedemann Schulz (2012): Tulburările comunicării și rezolvarea lor. Trad. Almásy Ágnes. Editura Háttér, Budapesta.

Angelusz, Róbert, Tardos, Róbert & Terestyéni, Tamás (coord.) (2007): Media–publicitate–opinie publică. Culegere de texte. Gondolat, Budapesta, Gondolat.

Dinescu, Ana (2010): Ghid al comunicatorului din instituții publice. Editura Lumen, Iași.

8.2. Seminar		Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații
1	Introducere în lumea organizațiilor: ce este o organizație? Caracterizarea unei instituții	Brainstorming, discuții în grupuri mici	2 ore 2 ore
2	Tipuri de organizații după sfera lor de activitate – organizații din domeniul economic și cultural	Muncă în grup, studii de caz, prezentări	2 ore 2 ore
3	Cultură organizațională, cultură instituțională. Modelul lui Geert Hofstede	Muncă în grup, dezbateri, prezentări.	2 ore 2 ore
4	Stiluri de conducere în organizații: autoritar, democratic, laissez-faire. Studii de caz	Demonstrație prezentări, discuții în grupuri mici	2 ore 2 ore

5	Comunicarea în organizații: comunicare internă și externă în instituții	Studii de caz, discuții în grupuri mici	2 ore 2 ore
6	Planificarea și organizarea evenimentelor la nivel instituțional: cazul Universității Sapientia	Explicație, studiu de caz, discuții	2 ore 2 ore
7	Clarificări conceptuale finale Prezentările finale ale studenților	Demonstrație, prezentări, discuții	2 ore 2 ore
Bibliografie Bakó, R.K. (2021). E-világok (E-ducație). In: Bakk M., Gagy J. (szerk.): Mindenmásképp? (Totul în schimbare?), Kolozsvár, Scientia Kiadó, 95–104. Bakó, R.K., Nistor, L. (szerk.)(2023). <i>Kötődések. Helyi közösségek egy globalizálódó világban (Conexiuni. Comunitățile locale într-o lume globală)</i> . Kolozsvár, Scientia Kiadó Klein, B., Klein, S. (2012). <i>A szervezet lelke (Sufletul organizației)</i> . Budapest: Edge Răducu, Sara Rebeca (2022): Social Media și strategiile de comunicare în instituțiile publice din România. REVISTA ARS AEQUI, (1), 326-334.			
8.3. Laborator		Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații
-			
Bibliografie			
8.4. Proiect		Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații
-			
Bibliografie			
8.5. Practica		Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații
-			
Bibliografie			

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

Disciplina abordează tematica organizațiilor guvernamentale în contextul celor mai actuale dezbateri din spațiul public și din mediul academic, cu aplicații directe pe piața muncii. Temele luate în discuție se aliniează la standardele academice naționale și internaționale privind comunicarea instituțională și construirea imaginii organizației.

10. Evaluare

A. Condiții de îndeplinit pentru prezentarea la evaluare:

Participarea activă la 70% din activitățile de seminar.

B. Criterii, metode și ponderi în evaluare:

Tip activitate		10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs		Capacitatea de a conceptualiza și operaționaliza cele mai relevante teme de dezbateri din domeniul organizațiilor guvernamentale	Examen scris	50%
10.5.	Seminar	Capacitatea de a prezenta în mod coerent și practic problematica comunicării instituțiilor	Evaluare sumativă la ultimul seminar	50%
	Laborator	-		
	Proiect	-		
	Practică	-		
10.6. Standard minim de performanță				
Capacitatea de a analiza critic și pertinent o instituție pe baza metodologiilor studiate.				

Data completării

05.09.2025

Semnătura titularului disciplinei
Lect. univ. dr. Tóth Batizán EmeseSemnătura titularului/rilor de aplicații
Asist. univ. dr. Silló AgotaData avizării în departament
08.09.2025Semnătura directorului de departament
Prof. univ. dr. Nistor LauraSemnătura responsabilului programului de studii
Conf. univ. dr. Kósa István

FIȘA DISCIPLINEI
pentru anul universitar 2025/26

Aprobat prin decizia Consiliului
Facultății nr. 1013 / 10.09.2025

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Sapientia din Cluj-Napoca
1.2. Facultatea/ DSPP	Științe Economice, Socio-Umane și Inginerești din Miercurea-Ciuc
1.3. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.4. Ciclul de studii	Licență
1.5. Programul de studiu	Comunicare și relații publice
1.6. Calificarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.0. Departamentul	Științe Umane		
2.1. Denumirea disciplinei	Limba străină: Limba engleză III.		
2.2. Tipul activității	Asistat integral	Asistat parțial:	Neasistat
2.3. Titularul disciplinei /Titularul cursului			
2.4. Titularul(ii) activităților de	seminar		
	laborator	Lect. univ. dr. Farkas Alíz, Lect. univ. dr. Nagy Tünde	
	proiect		
2.5. Anul de studiu	II	2.6. Semestrul	3
		2.7. Forma de verificare	C
		2.8. Tipul disciplinei	DOB
2.9. Categoria formativ	DC	2.10 Categoria disciplinei	-
		2.11. Codul disciplinei	CBHX0013

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	2	Din care: 3.2. curs	-	3.3. laborator	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	28	Din care: 3.5. curs	-	3.6. laborator	28
3.4.o Din care online	-	3.5.o. curs	-	3.6. o. laborator	-
Numărul de puncte de credit conform planului de învățământ ¹⁹					3
3.8. Total ore pe semestru					84
3.9. Total ore studiu individual					56
3.10. Distribuția fondului de timp:					ore
a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					36
b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					20
c) Pregătire laboratoare, teme					-
d) Tutoriat					-
e) Examinări					-
f) Alte activități:					-

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Nu este cazul
4.2. de competențe	Nu este cazul

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului	
--------------------------------	--

¹⁹ 1 credit este corespunzător cu 28 ore de studiu

5.2. De desfășurare a laboratorului	1. Prezența la orele de laborator este obligatorie pentru toți studenții. 2. Pe parcursul desfășurării seminarelor, studenții trebuie să dea curs solicitărilor cadrului didactic de a rezolva aplicații practice (atât la tablă cât și în bancă) respectiv de a răspunde la întrebări legate de materie. 3. Nu se acceptă discuții în afara ariei de studiu și în timpul explicațiilor oferite de către cadrul didactic iar telefoanele mobile vor fi setate pe profilul silențios sau închise, 4. În timpul orelor de laborator nu se consumă băuturi și nu se servește mâncare. 5. Distribuirea materialelor didactice complementare orelor de engleză către studenți în mod online prin suprafața Google Classroom asigurată de Universitate.
-------------------------------------	---

6. Rezultate ale învățării

Cunoștințe	• Studentul cunoaște sistemul de reguli și componentele limbii engleze care permit o comunicare eficientă în diverse contexte, de la conversații cotidiene la discuții profesionale. • Studentul posedă un vocabular bogat, care acoperă toate aspectele conversațiilor informale și unele aspecte ale discuțiilor profesionale.
Aptitudini	• Studentul poate elabora un discurs oral/scris complex, bogat lexical și sintactic, articulat precis din punct de vedere logic, pe o temă dată. • Studentul utilizează sistemul fonetic, gramatical și lexical al limbii engleze în producerea de texte și în interacțiunea verbală la nivel A2/B1/ B2/ C1. • Studentul poate să producă texte orale și scrise la nivel, adaptând vocabularul și stilul în funcție de destinatar, de tipul de text și de subiectul tratat. • Studentul poate redacta un document scris la nivel A2/B1/ B2/ C1 pentru argumentarea unui punct de vedere pe o anumită temă, coerent și corect din punct de vedere lingvistic, adaptat contextului și domeniului de interes; argumentarea orală, la nivel minim A2/B1/ B2/ C1.
Responsabilitate și autonomie	• Studentul este capabil să aplice cunoștințele lingvistice dobândite în timpul educației formale în situații din viața reală și să le utilizeze în mod spontan într-o varietate de contexte. • Studentul este pregătit să-și identifice propriile lacune lingvistice (de exemplu, un vocabular mai specific legat de un anumit domeniu), și este capabil să elaboreze și să pună în aplicare un plan de studiu individual pentru a-și îmbunătăți cunoștințele lingvistice.

7. Obiectivele disciplinei

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Ridicarea nivelului de cunoaștere a limbii engleze al studenților în așa fel, încât ei să fie capabili de a comunica eficient, precis și corect atât în domeniile generale, cât și în cele profesionale.
7.2. Obiectivele specifice	• Dezvoltarea aptitudinilor comunicative în limba engleză, aprofundarea cunoștințelor gramaticale și lexicale, însușirea tehnicii de traducere și de alcătuire de texte; • În vederea dezvoltării deprinderilor comunicative, activitățile aplicate în timpul orelor sunt destinate formării deprinderilor necesare pentru o comunicare eficientă în limba engleză, ceea ce înseamnă cele patru competențe: capacitatea de receptare a mesajului oral, capacitatea de exprimare orală, capacitatea de receptare a mesajului scris și capacitatea de exprimare scrisă; • Activitățile aplicate în timpul orelor includ elemente care subliniază caracterul interpersonal și social a comunicării, și stimulează o comunicare sinceră și deschisă spre compromisuri printre studenți pentru a realiza o atmosferă favorabilă și un spirit de echipă.

8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Fond de timp alocat / Observații
Nu este cazul		
8.2. Laborator	Metode de predare	Fond de timp alocat / Observații
PRE-INTERMEDIATE / INTERMEDIATE LEVEL Pre-Intermediate course book: Unit 9 A. What a week! Adverbs. Past Perfect. B. Then he kissed me. Reported speech, reporting verbs. C. Grammar revision D. Vocabulary revision Intermediate course book: Unit 1 A. Food or pleasure? Present simple and continuous. Food and restaurants. Talking about eating habits B. If you really want to win, cheat. Past tenses. Sports. Telling and anecdote C. We are family. Future forms. Family, personality. Position in the family Practical English: Introductions Writing: Describing a person Unit 2 A. Ka-ching! Present perfect and past simple. Money, phrasal verbs. Money questionnaire B. Changing your life. Present perfect continuous. Strong adjectives. How long...? C. Race to the sun. Comparatives and superlatives. Transport and travel words. Talking about road safety Practical English: In the office Writing: Telling a story Revision, practice	• Activități interactive • Interpretare de roluri • Dezbateri • Identificarea soluțiilor • Posibile • Prezentare și explicație frontală • Discuții în perechi/grupuri/plen • Problematizare • Exersarea contextuală a limbii • Prezentări teoretice • Scriere liberă • Discuții argumentative • Studiu individual	10 ore 8 ore 8 ore 4 ore
INTERMEDIATE/ UPPER-INTERMEDIATE LEVEL Intermediate course book: Unit 7 A. Can we make our own luck? Making adjectives and adverbs. Third conditional. B. Murder mysteries. Compound nouns. Question tags. C. Switch it off. Phrasal Verbs. Practical English: Everything in the open Writing: Magazine articles Revision Upper-Intermediate course book: Unit 1 A. Question formation. Working out meaning from context B. It's a mystery. Auxiliary verbs, comparatives. Unit 2 A. Doctor, doctor! Illnesses and injuries. Present Perfect Simple and Continuous. B. Act your age. Clothes and fashion. Using adjectives as nouns, adjective order. Revision, practice	• Activități interactive • Interpretare de roluri • Dezbateri • Identificarea soluțiilor • Posibile • Prezentare și explicație frontală • Discuții în perechi/grupuri/plen • Problematizare • Exersarea contextuală a limbii • Prezentări teoretice • Scriere liberă • Discuții argumentative • Studiu individual	8 ore 8 ore 8 ore 4 ore
UPPER-INTERMEDIATE LEVEL Unit 7 A. Let's not argue. Verbs often confused. Past modals: must have, etc., would rather B. It's all an act. The body. Verbs of the senses. Unit 8 A. Cutting crime. Crime and punishment. The passive voice.	• Activități interactive • Interpretare de roluri • Dezbateri • Identificarea soluțiilor • Posibile	6 ore 6 ore

B. Fake news. The media. Reporting verbs. Unit 9 A. Advertising. Business. Clauses of contrast and purpose. B. Super cities. Word building: prefixes, suffixes. Uncountable and plural nouns. Unit 10 A. Science, science-fiction. Quantifiers. B. Free speech. Collocations. Articles. Colloquial English. Revision.	• Prezentare și explicație frontală	6 ore
	• Discuții în perechi/grupuri/plen • Problematizare • Exersarea contextuală a limbii	6 ore
	• Prezentări teoretice • Scriere liberă • Discuții argumentative • Studiu individual	4 ore

Bibliografie

1. Oxenden, Clive and Latham-Koenig, Christina with Seligson, Paul and MacAndrew, Richard. 2018. New English File Pre-Intermediate. Student's Book. OUP. (57 buc. în bibliotecă)
2. Oxenden, Clive and Latham-Koenig, Christina with Seligson, Paul. 2012. New English File Pre-Intermediate. Workbook with Key. Oxford: OUP. (29 buc. în bibliotecă)
3. Oxenden, Clive and Latham-Koenig, Christina with Byrne, Tracy. 2015. New English File Intermediate. Student's Book. OUP. (35 buc. în bibliotecă)
4. Oxenden, Clive and Latham-Koenig, Christina. 2013. New English File Intermediate. Workbook with Key. Oxford: OUP. (25 buc. în bibliotecă)
5. Oxenden, Clive and Latham-Koenig, Christina. 2013. New English File Intermediate Class Audio CDs. Oxford: OUP. (3 buc. în bibliotecă)
6. Latham-Koenig, Christina, Oxenden, Clive and Chomacki Kate. 2020. English File Upper-Intermediate Student's Book. Oxford: OUP.
7. Latham-Koenig, Christina, Oxenden, Clive and Chomacki Kate. 2020. English File Upper-Intermediate Workbook. Oxford: OUP.
8. Latham-Koenig, Christina, Oxenden, Clive and Chomacki Kate. 2020. English File Upper-Intermediate Class Audio CDs. Oxford: OUP.
9. Cotton, David; Falvey, David and Kent, Simon. 2011. Market Leader Course Book: Intermediate Business English. London: Pearson Longman. (25 buc. în bibliotecă)
10. Szabó, Szilvia and Papp, Eszter. 2013. How to pass ECL exam?: level B1, B2, C1. Nyíregyháza: Szabó Nyelviskola és Fordítóiroda. (1 buc. în bibliotecă)
11. Szabó, Szilvia and Papp, Eszter. 2013. How to pass ECL exam?: level B1, B2, C1. CD- ROM. Nyíregyháza: Szabó Nyelviskola és Fordítóiroda. (1 buc. în bibliotecă)
12. Szabó, Szilvia and Collins, Michael. 2010. Level C1 ECL Practice Exams.
13. Betsis, Andrew and Mamas, Lawrence. 2015. Successful FCE. 10 Practice Tests.

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

Conținutul disciplinei este în concordanță cu ceea ce se predă în alte centre universitare din țară și din străinătate și cu misiunea și obiectivele specializării, fiind astfel conceput, încât să asigure o pregătire sistematică a studenților și, în același timp, să fie evitate suprapunerile în ceea ce privește conținutul tematic al disciplinelor. În privința adaptării la cerințele pieței muncii a conținutului disciplinei au avut loc întâlniri cu reprezentanți de specialitate.

10. Evaluare

A. Condiții de îndeplinit pentru prezentarea la evaluare:

Evaluarea este condiționată de frecventarea și promovarea laboratoarelor, respectiv de predarea la timp a temelor. Prezența la laboratoare este obligatorie 100%.

B. Criterii, metode și ponderi în evaluare:

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs	-	-	-

10.5.	Seminar/ Laborator	Însușirea și aplicarea normelor limbii engleze literare discutate pe parcursul orelor de laborator (norme gramaticale, ortografice, punctuaționale și stilistice) în exprimarea orală și scrisă.	Colocviu	100%
10.6. Standard minim de performanță				
Evaluarea este condiționată de frecventarea și promovarea laboratoarelor. Prezența la activitățile de laborator este obligatorie 100%. Abilitatea de folosire corectă a fenomenelor lingvistice specifice domeniului, în cel puțin 50% din itemii testelor de evaluare de nivel A2/B1/ B2/ C1 (în funcție de nivelul Pre-Intermediate/Intermediate/ Upper-Intermediate).				

Data completării

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului/rilor de aplicații
Lect. univ. dr. Farkas Alíz,

07.09.2025

.....

Lect. univ. dr. Nagy Tünde

Data avizării în
departament

Semnătura directorului de departament

Semnătura responsabilului programului
de studii

09.09.2025

Prof. univ. dr. Nistor Laura

Conf. univ. dr. Kósa István

FIȘA DISCIPLINEI
pentru anul universitar 2025/26

Aprobat prin decizia Consiliului
Facultății nr. 1013 / 10.09.2025

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Sapientia din Cluj-Napoca
1.2. Facultatea/ DSPP	Științe Economice, Socio-Umane și Inginerești din Miercurea-Ciuc
1.3. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.4. Ciclul de studii	Licență
1.5. Programul de studiu	Comunicare și relații publice
1.6. Calificarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.0. Departamentul	Științe Umane		
2.1. Denumirea disciplinei	Limba străină: Limba engleză IV.		
2.2. Tipul activității	Asistat integral	Asistat parțial:	Neasistat
2.3. Titularul disciplinei /Titularul cursului			
2.4. Titularul(ii) activităților de	seminar		
	laborator	Lect. univ. dr. Farkas Alíz, Lect. univ. dr. Nagy Tünde	
	proiect		
2.5. Anul de studiu	II	2.6. Semestrul	2
		2.7. Forma de verificare	C
		2.8. Tipul disciplinei	DOB
2.9. Categoria formativ	DC	2.10 Categoria disciplinei	-
		2.11. Codul disciplinei	CBHX0014

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	2	Din care: 3.2. curs	-	3.3. laborator	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	28	Din care: 3.5. curs	-	3.6. laborator	28
3.4.o Din care online	-	3.5.o. curs	-	3.6. o. laborator	-
Numărul de puncte de credit conform planului de învățământ ²⁰					3
3.8. Total ore pe semestru					84
3.9. Total ore studiu individual					56
3.10. Distribuția fondului de timp:					ore
a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					36
b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					20
c) Pregătire laboratoare, teme					-
d) Tutoriat					-
e) Examinări					-
f) Alte activități:					-

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Nu este cazul
4.2. de competențe	Nu este cazul

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului	
--------------------------------	--

²⁰ 1 credit este corespunzător cu 28 ore de studiu

5.2. De desfășurare a laboratorului	1. Prezența la orele de laborator este obligatorie pentru toți studenții. 2. Pe parcursul desfășurării seminarelor, studenții trebuie să dea curs solicitărilor cadrului didactic de a rezolva aplicații practice (atât la tablă cât și în bancă) respectiv de a răspunde la întrebări legate de materie. 3. Nu se acceptă discuții în afara ariei de studiu și în timpul explicațiilor oferite de către cadrul didactic iar telefoanele mobile vor fi setate pe profilul silențios sau închise, 4. În timpul orelor de laborator nu se consumă băuturi și nu se servește mâncare. 5. Distribuirea materialelor didactice complementare orelor de engleză către studenți în mod online prin suprafața Google Classroom asigurată de Universitate.
-------------------------------------	---

6. Rezultate ale învățării

Cunoștințe	• Studentul cunoaște sistemul de reguli și componentele limbii engleze care permit o comunicare eficientă în diverse contexte, de la conversații cotidiene la discuții profesionale. • Studentul posedă un vocabular bogat, care acoperă toate aspectele conversațiilor informale și unele aspecte ale discuțiilor profesionale.
Aptitudini	• Studentul poate elabora un discurs oral/scrise complex, bogat lexical și sintactic, articulat precis din punct de vedere logic, pe o temă dată. • Studentul utilizează sistemul fonetic, gramatical și lexical al limbii engleze în producerea de texte și în interacțiunea verbală la nivel A2/B1/ B2/ C1. • Studentul poate să producă texte orale și scrise la nivel, adaptând vocabularul și stilul în funcție de destinatar, de tipul de text și de subiectul tratat. • Studentul poate redacta un document scris la nivel A2/B1/ B2/ C1 pentru argumentarea unui punct de vedere pe o anumită temă, coerent și corect din punct de vedere lingvistic, adaptat contextului și domeniului de interes; argumentarea orală, la nivel minim A2/B1/ B2/ C1.
Responsabilitate și autonomie	• Studentul este capabil să aplice cunoștințele lingvistice dobândite în timpul educației formale în situații din viața reală și să le utilizeze în mod spontan într-o varietate de contexte. • Studentul este pregătit să-și identifice propriile lacune lingvistice (de exemplu, un vocabular mai specific legat de un anumit domeniu), și este capabil să elaboreze și să pună în aplicare un plan de studiu individual pentru a-și îmbunătăți cunoștințele lingvistice.

7. Obiectivele disciplinei

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Ridicarea nivelului de cunoaștere a limbii engleze al studenților în așa fel, încât ei să fie capabili de a comunica eficient, precis și corect atât în domeniile generale, cât și în cele profesionale.
7.2. Obiectivele specifice	• Dezvoltarea aptitudinilor comunicative în limba engleză, aprofundarea cunoștințelor gramaticale și lexicale, însușirea tehnicii de traducere și de alcătuire de texte; • În vederea dezvoltării deprinderilor comunicative, activitățile aplicate în timpul orelor sunt destinate formării deprinderilor necesare pentru o comunicare eficientă în limba engleză, ceea ce înseamnă cele patru competențe: capacitatea de receptare a mesajului oral, capacitatea de exprimare orală, capacitatea de receptare a mesajului scris și capacitatea de exprimare scrisă; • Activitățile aplicate în timpul orelor includ elemente care subliniază caracterul interpersonal și social a comunicării, și stimulează o comunicare sinceră și deschisă spre compromisuri printre studenți pentru a realiza o atmosferă favorabilă și un spirit de echipă.

8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Fond de timp alocat / Observații
Nu este cazul		

8.2. Laborator	Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observatii
INTERMEDIATE LEVEL Unit 3 A. Modern manners. Must, have to, should for obligation. Mobile phones. Interview about politeness B. Judging by appearances. Must, may, might, can't for deduction. Describing people. Matching people with their jobs C. If at first you don't succeed. Can/could/be able to for ability and possibility. -ed and -ing adjectives Practical English: Renting a flat Writing: An informal letter Unit 4 A. Back to school, aged 35. First conditional and time clauses. Education. Interview about TV programme B. In an ideal world. Second conditional. Houses. People's dream houses C. Still friends? Usually and used to. Friendship. Do you need to 'edit' your friends? Practical English: A visit from a pop star Writing: Describing a house or flat Unit 5 A. Slow down, you move too fast. Quantifiers. Nouns formation. Planning a new city B. Same planets, different worlds. Articles. Verbs and adjectives + preposition. Topics men/women talk about C. Job swap. Gerunds and infinitives. Work. Imagining doing other jobs Practical English: Meetings Writing: Formal letters and a CV Revision, practice	● Activități interactive ● Interpretare de roluri ● Dezbateri ● Identificarea soluțiilor ● Posibile ● Prezentare și explicație frontală ● Discuții în perechi/grupuri/plen ● Problematizare ● Exersarea contextuală a limbii ● Prezentări teoretice ● Scriere liberă ● Discuții argumentative ● Studiu individual	8 ore 8 ore 8 ore 4 ore
UPPER-INTERMEDIATE LEVEL Unit 3 A. Fasten your seat belts. Air travel. Narratives tenses, Past Perfect Continuous. B. A really good ending? Adverbs and adverbial phrases. Colloquial English. Unit 4 A. Stormy weather. The environment. Future Perfect and Future Continuous. B. A risky business. Expressions with <i>take</i> . Zero and First Conditional, Future time clauses. Unit 5 A. I'm a survivor. Feelings. Unreal conditionals. B. Wish you were here. <i>Wish</i> for past regrets. –ed/-ing adjectives. Revision, practice	● Activități interactive ● Interpretare de roluri ● Dezbateri ● Identificarea soluțiilor ● Posibile ● Prezentare și explicație frontală ● Discuții în perechi/grupuri/plen ● Problematizare ● Exersarea contextuală a limbii ● Prezentări teoretice ● Scriere liberă ● Discuții argumentative ● Studiu individual	8 ore 8 ore 8 ore 4 ore
UPPER-INTERMEDIATE LEVEL Exam Practice: Listening and reading Exam practice: Writing Exam practice: Speaking Mock exams: ECL and FCE	● Activități interactive ● Interpretare de roluri ● Dezbateri ● Identificarea soluțiilor ● Posibile	8 ore 8 ore 8 ore 4 ore

	• Prezentare și explicație frontală • Discuții în perechi/grupuri/plen • Problematizare • Exersarea contextuală a limbii • Prezentări teoretice • Scriere liberă • Discuții argumentative • Studiu individual	
Bibliografie 1. Oxenden, Clive and Latham-Koenig, Christina with Seligson, Paul and MacAndrew, Richard. 2018. New English File Pre-Intermediate. Student's Book. OUP. (57 buc. în bibliotecă) 2. Oxenden, Clive and Latham-Koenig, Christina with Seligson, Paul. 2012. New English File Pre-Intermediate. Workbook with Key. Oxford: OUP. (29 buc. în bibliotecă) 3. Oxenden, Clive and Latham-Koenig, Christina with Byrne, Tracy. 2015. New English File Intermediate. Student's Book. OUP. (35 buc. în bibliotecă) 4. Oxenden, Clive and Latham-Koenig, Christina. 2013. New English File Intermediate. Workbook with Key. Oxford: OUP. (25 buc. în bibliotecă) 5. Oxenden, Clive and Latham-Koenig, Christina. 2013. New English File Intermediate Class Audio CDs. Oxford: OUP. (3 buc. în bibliotecă) 6. Latham-Koenig, Christina, Oxenden, Clive and Chomacki Kate. 2020. English File Upper-Intermediate Student's Book. Oxford: OUP. 7. Latham-Koenig, Christina, Oxenden, Clive and Chomacki Kate. 2020. English File Upper-Intermediate Workbook. Oxford: OUP. 8. Latham-Koenig, Christina, Oxenden, Clive and Chomacki Kate. 2020. English File Upper-Intermediate Class Audio CDs. Oxford: OUP. 9. Cotton, David; Falvey, David and Kent, Simon. 2011. Market Leader Course Book: Intermediate Business English. London: Pearson Longman. (25 buc. în bibliotecă) 10. Szabó, Szilvia and Papp, Eszter. 2013. How to pass ECL exam?: level B1, B2, C1. Nyíregyháza: Szabó Nyelviskola és Fordítóiroda. (1 buc. în bibliotecă) 11. Szabó, Szilvia and Papp, Eszter. 2013. How to pass ECL exam?: level B1, B2, C1. CD- ROM. Nyíregyháza: Szabó Nyelviskola és Fordítóiroda. (1 buc. în bibliotecă) 12. Szabó, Szilvia and Collins, Michael. 2010. Level C1 ECL Practice Exams. 13. Betsis, Andrew and Mamas, Lawrence. 2015. Successful FCE. 10 Practice Tests.		

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

Conținutul disciplinei este în concordanță cu ceea ce se predă în alte centre universitare din țară și din străinătate și cu misiunea și obiectivele specializării, fiind astfel conceput, încât să asigure o pregătire sistematică a studenților și, în același timp, să fie evitate suprapunerile în ceea ce privește conținutul tematic al disciplinelor. În privința adaptării la cerințele pieței muncii a conținutului disciplinei au avut loc întâlniri cu reprezentanți de specialitate.

10. Evaluare

A. Condiții de îndeplinit pentru prezentarea la evaluare:

Evaluarea este condiționată de frecventarea și promovarea laboratoarelor, respectiv de predarea la timp a temelor. Prezența la laboratoare este obligatorie 100%.

B. Criterii, metode și ponderi în evaluare:

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs	-	-	-

10.5.	Seminar/ Laborator	Însușirea și aplicarea normelor limbii engleze literare discutate pe parcursul orelor de laborator (norme gramaticale, ortografice, punctuaționale și stilistice) în exprimarea orală și scrisă.	Colocviu	100%
10.6. Standard minim de performanță				
Evaluarea este condiționată de frecventarea și promovarea laboratoarelor. Prezența la activitățile de laborator este obligatorie 100%. Abilitatea de folosire corectă a fenomenelor lingvistice specifice domeniului, în cel puțin 50% din itemii testelor de evaluare de nivel A2/B1/ B2/ C1 (în funcție de nivelul Pre-Intermediate/Intermediate/ Upper-Intermediate).				

Data completării

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului/rilor de aplicații
Lect. univ. dr. Farkas Alíz,

07.09.2025

.....

Lect. univ. dr. Nagy Tünde

Data avizării în
departament

Semnătura directorului de departament

Semnătura responsabilului programului
de studii

09.09.2025

Prof. univ. dr. Nistor Laura

Conf. univ. dr. Kósa István

FIȘA DISCIPLINEI

pentru anul universitar 2025/26

Aprobat prin decizia Consiliului
Facultății nr. 1013/10.09.2025

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Sapiientia din Cluj-Napoca
1.2. Facultatea/ DPPD	Facultatea de Științe Economice, Socio-Umana și Inginerești, Miercurea Ciuc
1.3. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.4. Ciclul de studii	Licență
1.5. Programul de studiu	Comunicare și relații publice
1.6. Calificarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.0. Departamentul				Departamentul de Științe Sociale			
2.1. Denumirea disciplinei				Legislație în domeniul comunicării			
2.2. Tipul activității				Asistat integral	Asistat parțial:		Neasistat
2.3. Titularul disciplinei /Titularul cursului				dr. Vigh Beáta			
2.4. Titularul(ii) activităților de			Seminar	dr. Vigh Beáta			
			Laborator				
			Proiect				
2.5. Anul de studiu	2	2.6. Semestrul	3	2.7. Forma de verificare	C	2.8. Tipul disciplinei	DOP
2.9. Categoria formativă	DS	2.10 Categoria disciplinei	DS	2.11. Codul disciplinei	CBJJ0301		

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	3	Din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar	1
3.4. Total ore din planul de învățământ	42	Din care: 3.5. curs	28	3.6. seminar	14
3.4.o Din care online	0	3.5.o. curs	0	3.6. o. seminar	0
3.7. Numărul de puncte de credit conform planului de învățământ ²¹					4
3.8. Total ore pe semestru					112
3.9. Total ore studiu individual					70
3.10. Distribuția fondului de timp pentru studiu individual:					ore

²¹ 1 credit este corespunzător cu 28 ore de studiu

a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	25
b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	22
c) Pregătire seminarii, teme	20
d) Tutoriat	2
e) Examinări	1
f) Alte activități:	

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	
4.2. de competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului	Sală de curs prevăzută cu tehnică digitală.
5.2. De desfășurare a seminarului	Sală de seminar prevăzută cu tehnică digitală.

6. Rezultate ale învățării

Cunoștințe	C.5.3. identifică legislația privind comunicarea publică în mass-media, legislația presei, reglementările aplicabile comunicării audio-vizuale, legislația privind drepturile de autor, legislația privind comunicarea publică și privată pe platformele digitale, elemente de legislație în domeniul protecției datelor cu caracter personal. C.5.1. identifică modele utilizate pentru luarea deciziilor etice sau raționamente morale în problemele din domeniul comunicării; C.5.2. identifică normele profesionale în raport cu rolul asumat în comunicarea publică;
Aptitudini	A.5.1. aplică modele pentru luarea deciziilor etice sau raționamente morale și principiile deontologice sau normele etice care stau la baza organizării și funcționării activităților specifice domeniului științe ale comunicării și modului de organizare a profesiei în probleme din domeniul comunicării, în crearea și distribuirea conținutului pe canale media publice și private; A.5.2. evaluează respectarea legislației naționale și europene privind liberul acces la informație, proprietatea intelectuală, drepturile de autor, copyright-ul etc. în procesul comunicării profesionale și în activitățile de informare-documentare.

Responsabilitate și autonomie	R.5.1. judecă în raport cu modele pentru luarea deciziilor etice, coduri deontologice, respectiv legislației naționale și europene în raport în contextul luării de decizii în probleme profesionale din domeniul comunicării.
--------------------------------------	--

7. Obiectivele disciplinei

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Obiectivul general al disciplinei îl constituie cunoașterea principalelor reglementări juridice, a teoriilor juridice cu privire la domeniul dreptului comunicării la nivel național și european. În baza cunoștințelor dobândite studentul va fi capabil de a lua decizii echilibrate, fundamentate etic și legal privind probleme profesionale în domeniul comunicării, inclusiv domeniul dreptului de proprietate intelectuală și drepturi de autor. Deasemenea îl constituie obiectiv al disciplinei dezvoltarea capacității de a interpreta normele juridice specifice legislației dreptului comunicării, precum și a de a le aplica situațiilor concrete în viața profesională.
7.2. Obiectivele specifice	Cunoașterea și aplicarea normelor juridice generale care reglementează dreptul comunicării. Dezvoltarea capacității de a analiza și de a interpreta normele juridice aplicabile domeniului comunicării. Dezvoltarea capacității de analiza situații concrete în raport cu aplicabilitatea normelor juridice specifice domeniului de drept. Dezvoltarea capacității de a elabora strategii, reglementări care au la bază principiile generale ale dreptului comunicării, precum libertatea de exprimare, dreptul de a fi informat, dreptul la imagine, respectarea dreptului de autor etc.

8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Fond de timp alocat / Observații
1. Definiția și obiectul dreptului comunicării. Dreptul comunicării ca ansamblu de norme juridice și rolul dreptului comunicării. Noțiunea dreptului comunicării. Obiectul dreptului comunicării.	prelegere frontală, discuții	2
2. Principiile legislației în domeniul comunicării Principiul legalității. Principiul egalității în drepturi. Principiul responsabilității. Principiul liberului acces la justiție. Principiul obiectivității. Principiul liberului acces la informații. Principiul libertății de exprimare. Principiul protecției surselor.	prelegere frontală, discuții	2
3. Izvoarele dreptului comunicării și subiecte de drept	prelegere frontală, discuții	2

Reguli generale și legislație generală. Legislației specifică domeniului de drept. Subiecte.		
4. Drepturile și obligațiile subiecților de drept în domeniul comunicării. Libertatea de exprimare și limitele libertății de exprimare. Viața privată și protecția vieții private și dreptul la imagine.	prelegere frontală, discuții	2
5. Drepturile și obligațiile autorităților publice în domeniul comunicării. Dreptul accesului liber la informații. Obligația autorității publice de a răspunde solicitării de informații și la petiții	prelegere frontală, discuții	2
6. Drepturile și obligațiile organelor media în domeniul comunicării Dreptul la replică. Dreptul la corecție. Protecția surselor. Reglementările privind domeniul audio-vizualului.	prelegere frontală, discuții	2
7. Reglementările media la nivel european Convențiile internaționale cu relevanță în domeniul media și al legislației comunicării. Activitatea în domeniul media al Consiliului Europei. Convenția europeană a drepturilor omului. Carta Drepturilor Fundamentale a Uniunii Europene.	prelegere frontală, discuții	
8. Răspunderea juridică civilă în domeniul comunicării. Răspunderea juridică civilă pentru fapta proprie. Răspunderea juridică civilă pentru fapta altuia. Răspunderea contractuală	prelegere frontală, discuții	2
9. Răspunderea juridică penală în domeniul comunicării Infrațiuni specifice domeniului comunicării. Răspunderea persoanei fizice și sancțiuni aplicabile. Răspunderea persoanei juridice și sancțiuni aplicabile.	prelegere frontală, discuții	2
10. Libertatea comunicării și dreptul proprietății intelectuale. Libertatea de exprimare și protecția creațiilor artistice. Libertatea de exprimare și protecția dreptului de proprietate industrială. Protecția drepturilor de autor.	prelegere frontală, discuții	2
11. Libertatea de exprimare și comunicarea comercială. Legislația privind comunicarea comercială, reclamă și publicitate. prelegere frontală, discuții	prelegere frontală, discuții	2
12. Libertatea comunicării și reglementării privind dreptul internetului. Caracteristicile spațiului cibernetic în raport cu libertatea de exprimare. Noțiunea libertății internetului.	prelegere frontală, discuții	2

Reglementările dreptului european privind utilizarea spațiului internetului.		
13. Contracararea infracționalității în domeniul internetului. Infracțiuni informatice. Infracțiuni contra integrității și confidențialității bazelor de date și a sistemelor informatice. Infracțiuni contra vieții private și infracțiuni sexuale.	prelegere frontală, discuții	2
14. Comunicarea și utilizarea inteligenței artificiale. Reglementările privind crearea și utilizarea inteligenței artificiale. Inteligența artificială instrument în domeniul comunicării. Contextul socio-juridic. Limitele utilizării inteligenței artificiale (drepturi de autor, protecția datelor, dezinformare etc.)	prelegere frontală, prezentare practică judiciară	2
Bibliografie: Kokoly, Zsolt: <i>Dreptul media european și român</i> , Editura Hamangiu, București, 2022, 233 pagini. Vernea, Sorin-Alexandru: <i>Dreptul comunicării</i> , Editura Hamangiu, București, 2021, 280 pagini. Legea nr. 504/2002 privind audiovizualul Legea 544/2001 privind liberul acces la informații de interes public		
8.2. Seminar	Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații
1. Conceptele de bază ale dreptului comunicării Dreptul comunicării și ramurile de drept. Teoriile privind reglementarea comunicării în contextul socio-juridic.	discuții, explicații	2
2. Aspectele practice ale aplicării principiilor legislației domeniului comunicării. Jurisprudența relevantă în domeniu	discuții, studierea practicii judiciare	2
3. Limitele libertății de exprimare conform practicii judiciare CEDO și CCR	discuții, studierea practicii judiciare	2
4. Instituțiile de reglementare media CNA și ANCOM Activitatea instituțiilor și rolul lor de control	discuții, explicații	2
5. Aspecte practice privind libertatea de exprimare și dreptul de proprietate intelectuală Proceduri și sancțiuni aplicabile	discuții, soluționare spețe, studierea practicii judiciare	2
6. Analiza infracțiunilor la demnitatea persoanei și infracțiunilor legate de comunicarea prin internet. Elemente constitutive ale infracțiunilor și sancțiuni aplicabile.	discuții, soluționare spețe, studierea practicii judiciare	2
7. Elaborarea planului prezentării pentru colocviu. Discutarea metodei de lucru și de	discuții, explicații, soluționare problemă	2

cercetare. Discuții privind modalitatea de prezentare.		
Bibliografie: Legea nr. 58/2023 privind securitatea și apărarea cibernetică a României, precum și pentru modificarea și completarea unor acte normative Legea nr. 198/2022 pentru modificarea și completarea unor acte normative în domeniul comunicațiilor electronice și pentru stabilirea unor măsuri de facilitare a dezvoltării rețelelor de comunicații electronice Legea 8/1996 privind dreptul de autor și drepturile conexe Fábíán, Gyula: A „mesterséges intelligencia” EU általi szabályozásának dilemmáiról és kihívásairól (Despre dilemele și provocările reglementării UE privind inteligența artificială), <i>Erdélyi Jogélet</i>, 2024/2, https://www.jogelet.ro/index.php/eje/article/view/419 Kádár, Hunor: Gondolatok a magánélet megsértése bűncselekményről (Considerații privind infracțiunea contra vieții private), <i>Erdélyi Jogélet</i>, 2024/2, https://www.jogelet.ro/index.php/eje/article/view/420 Kokoly, Zsolt: A jogellenes tartalmak eltávolítása - a romániai jogszabályi keret fejlődése (Înlăturarea conținutului ilegal-dezvoltarea cadrului juridic român), <i>Erdélyi Jogélet</i>, 2024/3, https://www.jogelet.ro/index.php/eje/article/view/457		
8.3. Laborator	Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații
-		

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

Studentul va dobândi cunoștințe generale privind legislația dreptului comunicării, va cunoaște normele juridice și cele mai importante concepte juridice aplicabile acestui domeniu, în același timp va dobândi capacitatea de a aborda în mod critic textele juridice specifice acestui domeniu, precum și de a lua decizii fundamentate, de a elabora regulamente și strategii specifice domeniului. Toate aceste cunoștințe și capacități dobândite vor ajuta studentul de a se orienta în domeniul organizațional, de a recunoaște importanța activității diverselor asociații profesionale, și de a putea participa în mod activ în activitatea angajatorilor din domeniu. Cursul urmărește prezentarea și celor mai noi tendințe și teorii privind dreptul comunicării în concordanță cu efectele dezvoltării dinamice ale tehnologiei asupra dreptului de proprietate intelectuală.

10. Evaluare

A. Condiții de îndeplinit pentru prezentarea la evaluare:

Promovarea seminarului este condiția prezentării la colocviu.

B. Criterii, metode și ponderi în evaluare:

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs	Cunoașterea conceptelor și teoriilor de bază, abordarea și gândirea critică,	Colocviu	50%

		capacitatea de aplica cunoștințele dobândite spețelor în practică.		
10.5.	Seminar	Capacitatea de a înțelege texte de specialitate și capacitatea de a aplica conceptele literaturii de specialitate la spețe. Calitatea argumentelor, comentariilor. Atitudinea proactivă.	Pe parcurs, pe baza activităților susținute de studenți.	50%
	Laborator			
	Proiect			
	Practică			
10.6. Standard minim de performanță				
Pentru promovarea disciplinei studenții trebuie să promoveze seminarul. Pentru promovarea acestuia este obligatorie prezența la cel puțin trei seminarii cu participare activă. Standardul minim de promovare a cursului prevede: cunoașterea conceptelor de bază, cunoașterea principiilor și normelor juridice generale din domeniul dreptului comunicării.				

Data completării 05.09.2025

Semnătura titularului disciplinei
dr. Vigh Beáta

Semnătura titularului/rilor de aplicații
dr. Vigh Beáta

Data avizării în departament
08.09.2025

Semnătura directorului de departament
Prof. univ. dr. Nistor Laura

Semnătura responsabilului programului de studii
Conf. univ. dr. Kósa István

FIȘA DISCIPLINEI

pentru anul universitar 2025/26

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Sapientia din Cluj-Napoca
1.2. Facultatea/ DPPD	Facultatea de Științe Economice, Socio-Umane și Inginerești, Miercurea Ciuc
1.3. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.4. Ciclul de studii	Licență
1.5. Programul de studiu	Comunicare și relații publice
1.6. Calificarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.0. Departamentul				Departamentul de Științe Sociale			
2.1. Denumirea disciplinei				Managementul relațiilor publice			
2.2. Tipul activității				Asistat integral	Asistat parțial:		Neasistat
				-	-		-
2.3. Titularul disciplinei /Titularul cursului				Lect. univ. dr. Székely Kinga Katalin			
2.4. Titularul(ii) activităților de			seminar	Lect. univ. dr. Székely Kinga Katalin			
			laborator	-			
			proiect	-			
2.5. Anul de studiu	II	2.6. Semestrul	3	2.7. Forma de verificare	E	2.8. Tipul disciplinei	DOB
2.9. Categoria formativă	DS	2.10 Categoria disciplinei	DS	2.11. Codul disciplinei	CBPK0181		

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	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	56	Din care: 3.5. curs	28	3.6. seminar	28
3.4.o Din care online	-	3.5.o. curs	-	3.6. o. seminar	-
3.7. Numărul de puncte de credit conform planului de învățământ ²²					6
3.8. Total ore pe semestru					168
3.9. Total ore studiu individual					112

²² 1 credit este corespunzător cu 28 ore de studiu

3.10. Distribuția fondului de timp pentru studiu individual:	ore
a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	30
b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	32
c) Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii și eseuri	40
d) Tutoriat	6
e) Examinări	4
f) Alte activități:	0

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	
4.2. de competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului	Sală de curs dotată cu tablă interactivă, acces la internet.
5.2. De desfășurare a seminarului	Sală de seminar dotată cu tablă interactivă, acces la internet.

6. Rezultate ale învățării

Cunoștințe	Studentul/Absolventul: ● C.6.1. Identifică principiile relațiilor publice și managementului reputației și factorii de influență asupra percepțiilor părților interesate sau asupra categoriilor de public în raport cu o organizație, cu marca (brandul) acesteia sau în raport cu o persoană; ● C.6.2. Diferențiază între strategiile și designurile de comunicare specifice diferitelor contexte de comunicare organizaționale sau situaționale (comunicarea în situații de risc, în situații de criză, pentru producția schimbării sociale, pentru elaborarea politicilor publice, a politicilor interne etc.).
Aptitudini	Studentul/Absolventul: ● A.6.1. Evaluează percepția publică, participă în rețele profesionale și inițiază conversații în raport cu o persoană publică, o organizație sau o marcă (brand); ● A.7.1. Utilizează instrumente online pentru a comunica și partaja resurse în medii digitale; ● A.7.3. Utilizează persoanele de contact pentru obținerea de informații sau avantaje reciproce în context profesional; ● A.7.5. utilizează instrumente digitale pentru organizarea, colectarea, stocarea, extragerea, arhivarea și prelucrarea datelor, informațiilor și conținutului digital.

Responsabilitate și autonomie	Studentul/Absolventul: ● R.7.1. Inițiază legături cu alte persoane și colaborează cu acestea direct sau prin intermediul instrumentelor digitale; ● R.7.2. Gestionează evidența persoanelor din rețeaua profesională proprie și rămâne informat/ă cu privire la activitățile lor; ● R.7.3. Colaborează cu alte persoane în cadrul unor echipe pentru a rezolva probleme profesionale specifice; ● R.7.4. Planifică/își asumă și respectă termene strânse pentru a realiza sarcini sau proiecte profesionale; ● R.7.5. Demonstrează sensibilitate interculturală participând în comunități și rețele diferite.
--------------------------------------	--

7. Obiectivele disciplinei

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Dezvoltarea unei înțelegeri integrate asupra rolului și funcțiilor managementului în relațiile publice, prin combinarea teoriei cu exemple practice și studii de caz. Cursul urmărește să dezvolte capacitatea studenților de a analiza strategic mediul organizațional și publicurile-țintă, astfel încât să poată lua decizii eficiente de comunicare. Respectiv dobândirea competențelor manageriale necesare pentru planificarea, implementarea și evaluarea campaniilor și proiectelor de RP, precum și însușirea instrumentelor moderne de comunicare, inclusiv digitale și social media, adaptate diferitelor contexte organizaționale.
7.2. Obiectivele specifice	● Să înțeleagă procesul de planificare strategică și importanța obiectivelor organizaționale. ● Să înțeleagă diferențele și interdependențele dintre comunicarea internă și externă. ● Să cunoască conceptele fundamentale legate de issue management, public affairs, managementul crizei, CSR. ● Să elaboreze și să prezinte planuri de comunicare și campanii integrate de RP. ● Să folosească instrumente digitale (monitorizare online, social media analytics etc.) pentru susținerea strategiilor de RP. ● Să dezvolte gândire critică și capacitate de adaptare la contexte complexe.

8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Fond de timp alocat / Observații
1. Managementul relațiilor publice în afara organizației	prelegere interactivă,	2 ore

2. Managementul relațiilor publice în interiorul organizației - comunicarea internă și cultura organizațională, employer branding	învățare prin problematizare, explicație și demonstrație, studii de caz	2 ore
3. Afacerile publice – public affairs		2 ore
4. Managementul problemelor – issue management		2 ore
5. CSR – Responsabilitatea socială a organizațiilor		2 ore
6. Managementul comunicării de criză I.		2 ore
7. Managementul comunicării de criză II.		2 ore
8. Planificarea unei campanii de PR		2 ore
9. PR digital - relațiile publice on-line		2 ore
10. Relațiile publice în administrația publică		2 ore
11. Rolul relațiilor publice în sfera politică		2 ore
12. Relațiile publice în organizațiile culturale		2 ore
13. Rolul relațiilor publice în dezvoltarea destinațiilor turistice		2 ore
14. Tendințe și provocări actuale în relațiile publice – AI, storytelling, sustenabilitate, fake news		2 ore

Bibliografie:

- Székely, Kinga Katalin: PR menedzsment (Managementul relațiilor publice) – note de curs online puse la dispoziția studenților pe Classroom-ul disciplinei, 2024.[PR menedzsmentjegyzet2024.pdf](#)
- Székely, Kinga Katalin: *A PR és kommunikációs eszközök szerepe a munkáltatói márkaépítésben (Rolul instrumentelor de relații publice în construirea brandingul de angajator)* In: Nistor Laura, Sólyom Andrea (coord.): *Szalmák és hálók (Profesii și rețele)*, Editura T3 - Erdélyi Múzeum-Egyesület, Sfântu Gheorghe – Cluj Napoca, 2019. pp. 42-53
- Székely, Kinga Katalin, *A PR és kommunikációs eszközök szerepe a munkáltatói márkaépítésben (Rolul instrumentelor de relații publice în construirea brandingul de angajator)* In: Nistor Laura, Sólyom Andrea (coord.): *Szalmák és hálók (Profesii și rețele)*, Sfântu Gheorghe – Cluj Napoca, Editura T3 - Erdélyi Múzeum-Egyesület, 2019, pp. 42–54., ISBN 9786067391268, ISBN 9789731962818
- Székely, Kinga Katalin, *A PR szerepe a kulturális intézményekben (Rolul relațiilor publice în instituțiile culturale)*. In: Ferencz A. (coord.): *Kulturális menedzsment. Módszertani kézikönyv kulturális szakemberek számára (Managementul cultural. Manual metodologic pentru profesioniștii din domeniul cultural)*. Miercurea Ciuc: Editura Status, 2014, pp.13–31 137 p. ISBN 970-606-668-010-6 în 12 exemplare [kulturalis menedzsment.pdf](#)
- Böhm, Kornél: *„Sem megerősíteni, sem cáfolni...”: lépünk túl a közhelyeken hatékony kríziskommunikációval! (“Nici să confirmi, nici să infirmi”... Depășește clișeele cu o comunicare de criză eficientă!)* Editura HVG, Budapesta, 2018, 256 pagini.

- Braun, Róbert: *Vállalati társadalmi felelősségvállalás. A vállalatok politikája. (Responsabilitatea socială corporativă. Politica companiilor)* Editura Akadémiai, Budapest, 2015, 276 pagini.
- Kósa, István – Székely, Kinga Katalin: *Kommunikáló közösségek. (Comunități în comunicare)*, Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca, 2021, 198 pagini. [Kommunikáló közösségek.pdf](#)
- Nyárády, Gáborné – Szeles, Péter: *Public Relations I+II*. Editura Perfect Gazdasági Tanácsadó, Budapest, 2005, 750 pagini (selectie de capitole)
- Oliver, Sandra: *Public relations stratégia: Public affairs lobbizás. (Strategii de relații publice: Afaceri publice și lobby)* Ed. PR, Budapest, 2009, 386 pagini.

8.2. Seminar	Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații
1. Analiza relațiilor cu stakeholderii externi	proiecte de grup, dezbatere, studii de caz, workshop-uri practice, jocuri de rol și simulări	2 ore
2. Campanii și strategii de employer branding		2 ore
3. Strategii de comunicare între organizații și instituții publice		2 ore
4. Analiză conflict și planuri de prevenire		2 ore
5. Campanii CSR naționale sau internaționale – studii de caz		2 ore
6. Analiza situațiilor de criză și gestiunea acestora – studii de caz		2 ore
7. Comunicare în situații de criză		2 ore
8. Campanii de comunicare		2 ore
9. Analiza campaniilor de PR pe social media		2 ore
10. Analiza activităților de comunicare a instituțiilor publice		2 ore
11. Campanii politice și electorale – studii de caz		2 ore
12. Promovarea evenimentelor culturale		2 ore
13. Analiza unor campanii de promovare turistică		2 ore
14. Creare de conținut digital		2 ore

Bibliografie

- SZÉKELY, Kinga Katalin: *A PR szerepe a kulturális intézményekben. (Rolul relațiilor publice în instituțiile culturale)* In: Ferencz Angéla (coord.): *Kulturális menedzsment. Módszertani kézikönyv kulturális szakemberek számára (Management cultural. Manual metodologic pentru profesioniștii din domeniul cultural)*. Editura Status, Miercurea Ciuc, 2014, pp 13-31.
- BALABAN, Delia Cristina et al.: *Online Communication And PR in Romanian Public Administration. The Case Study of Public Institutions From Transylvania*. Transylvanian Review

of Administrative Sciences, [S.l.], p. 20-34, 2016

<https://rtsa.ro/tras/index.php/tras/article/view/469/458>

- CMECIU, Camelia Mihaela: *Tendințe actuale în campaniile de relații publice*. Iași, Polirom, 2013, 200 pagini.
- PAVLUSKA Valéria: *Kultúramarketing: elméleti alapok, gyakorlati megfontolások (Marketing cultural: fundamentele teoretice, considerații practice)*. Editura Akadémiai, Budapesta, 2014, 450 pagini <https://mersz.hu/pavluska-kulturamarketing/>
- THOMSON, Stuart – JOHN, Steve: *Public affairs, lobbizás.(Public affairs și lobby)* Editura Akadémia, Budapesta, 2009, 212 pagini.
- Catalogul faptelor bune: <https://www.csrmedia.ro/catalogul-faptelor-bune-2024/>
- <https://employerbrandingawards.ro/>
- Krízistérkép (Harta situațiilor de criză): <https://krizisterkep.mprsz.hu/>

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

Conținuturile disciplinei sunt aliniate cu cerințele comunității epistemice, ale asociațiilor profesionale de profil și ale angajatorilor reprezentativi din domeniu, prin combinarea teoriei fundamentale cu aplicații practice. Studenții dobândesc competențe în planificarea și gestionarea activităților de PR, managementul problemelor și al crizelor, comunicarea internă și externă, CSR și comunicarea online, reflectând astfel standardele și așteptările mediului profesional.

10. Evaluare

A. Condiții de îndeplinit pentru prezentarea la evaluare:

Prezență la seminarii (70%).

Participarea la evaluare finală este condiționată de promovarea seminarului.

B. Criterii, metode și ponderi în evaluare:

Tip activitate		10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs		• Corectitudinea răspunsurilor; • Legătura cu teoria și exemplele din practică; • Originalitatea soluțiilor propuse.	Examen scris	25%
		• Claritatea și structura prezentării orale; • Relevanța și fezabilitatea proiectului; • Creativitatea și aplicarea corectă a tehnicilor și strategiilor.	Elaborare referat	25%
10.5.	Seminar	• Implicarea la discuții și activități; • Creativitatea și aplicarea corectă a instrumentelor de PR; • Capacitatea de a reacționa adecvat la situații de comunicare; • Capacitatea de a analiza corect și relevant conținuturile de RP	Evaluare pe parcurs	50%

10.6. Standard minim de performanță
• Să înțeleagă principalele etape ale planificării strategice și ale campaniilor de RP • Să elaboreze un referat de RP • Să participe activ la seminarii

Data completării:

02.09.2025.

Semnătura titularului disciplinei

Lect. univ. dr. Székely Kinga Katalin

Semnătura titularului/rilor de aplicații

Lect. univ. dr. Székely Kinga Katalin.

Data avizării în departament

08. 09. 2025.

Semnătura directorului de departament

Prof. univ. dr. Nistor Laura

Semnătura responsabilului programului de studii

Conf. univ. dr. Kósa István

FIȘA DISCIPLINEI
pentru anul universitar 2025/26

Aprobat prin decizia Consiliului
Facultății nr. 1013/10.09.2025

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Sapientia din Cluj-Napoca
1.2. Facultatea/ DPPD	Facultatea de Științe Economice, Socio-Umane și Inginerești, Miercurea Ciuc
1.3. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.4. Ciclul de studii	Licență
1.5. Programul de studiu	Comunicare și relații publice
1.6. Calificarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.0. Departamentul				Departamentul de Științe Sociale			
2.1. Denumirea disciplinei				Multimedia			
2.2. Tipul activității				Asistat integral	Asistat parțial:		Neasistat
				-	-		-
2.3. Titularul disciplinei /Titularul cursului				Conf. univ. dr. Bakó Rozália Klára			
2.4. Titularul(ii) activităților de			seminar	Conf. univ. dr. Hubbes László-Attila			
			laborator	Conf. univ. dr. Kósa István			
			proiect	-			
2.5. Anul de studiu	2	2.6. Semestrul	3	2.7. Forma de verificare	E	2.8. Tipul disciplinei	DOB
2.9. Categoria formativă	DS	2.10 Categoria disciplinei	DS	2.11. Codul disciplinei	CBEI0631		

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	6	Din care: 3.2. curs	3	3.3. seminar /laborator	1/2
3.4. Total ore din planul de învățământ	84	Din care: 3.5. curs	42	3.6. seminar/laborator	14/28

3.4.o. Din care online	0	3.5.o. curs	0	3.6. o. seminar/ laborator	0
------------------------	---	-------------	---	-------------------------------	---

3.7. Numărul de puncte de credit conform planului de învățământ ²³	6
3.8. Total ore pe semestru	168
3.9. Total ore studiu individual	84
3.10. Distribuția fondului de timp pentru studiu individual:	ore
a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	35
b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	25
c) Pregătire seminarii /laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	20
d) Tutoriat	2
e) Examinări	2
f) Alte activități:	

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	-
4.2. de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului	Sală de curs prevăzută cu tehnică digitală.
5.2. De desfășurare a seminarului/laboratorului	Sală de seminar/laborator prevăzută cu tehnică digitală.

6. Rezultate ale învățării

Cunoștințe	C.2.1. Studentul/Absolventul identifică principalele teorii, modele și elemente ale comunicării directe și mediate tehnologic, în contextul comunicării de masă și comunicării mediate de computer. C.2.2. identifică concepte referitoare la public și audiența mass-media, metode de măsurare, precum și indicatori de audiență specifici canalului tehnologic de comunicare mediatică. C.2.4. Studentul/Absolventul identifică elementele care joacă un rol în procesul de formare a opiniei publice, prin care percepțiile și opiniile față de o chestiune în discuție publică sunt formate și întărite, cum ar fi cadrajul informațiilor, tendințele și interesele publicului, procesele psihice și conformismul.
-------------------	---

²³ 1 credit este corespunzător cu 28 ore de studiu

Aptitudini	A.4.1. Studentul/Absolventul aplică procese pentru verificarea unor informații în contextul comunicării profesionale. 4.2. Studentul/Absolventul descoperă erori în argumentație, cadre sau scheme de interpretare distincte oferite de diferite surse în contextul comunicării profesionale. A.4.4. Studentul/Absolventul interpretează valorile și mesajele ideologice și culturale încorporate în produsele media
Responsabilitate și autonomie	R.2.3. Studentul/Absolventul analizează critic pluralitatea de interpretări date și de opinii formulate în contextul reprezentării media a subiectelor și evenimentelor curente. R.4.1. Studentul/Absolventul elaborează o analiză media sau o monitorizare media în raport cu un subiect, o temă, o persoană publică, o organizație sau o marcă. R4.2. Studentul/Absolventul evaluează sursele informațiilor și corectitudinea informațiilor receptate.

7. Obiectivele disciplinei

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Cunoașterea conceptelor de bază ale comunicării multimediale, în contextul transformărilor rapide induse de tehnologia digitală. Înțelegerea importanței culturii mediatice pentru utilizarea etică, sustenabilă și eficientă a mijloacelor de informare și comunicare în masă. Formarea unei atitudini responsabile ca prosumatori ai conținuturilor media.
7.2. Obiectivele specifice	Înțelegerea diferențelor dintre generații în ceea ce privește nevoile, atitudinile și comportamentele în mediul online. Dezvoltarea capacității de a evalua critic conținuturile mediatice în condițiile expansiunii platformelor și aplicațiilor inteligenței artificiale Formarea unei atitudini responsabile față de comunitate și față de mediu în contextul accelerării obsolescenței planificate a tehnologiilor digitale.

8. Conținuturi

8.1. Curs		Metode de predare	Fond de timp alocat / Observații
1	Conceptele de bază ale teoriei comunicării și a mass media. O societate a comunicării?	Prelegere, problematizare, explicație	3 ore
2	Scurt istoric al evoluției mass-media: de la Gutenberg și Marconi la Jobs și Altman	Explicație, analiză comparativă, demonstrație	3 ore
3	Rolul tehnologiei în formarea spațiului mediatic: cine controlează știrile?	Abordare euristică, problematizare, demonstrație	3 ore
4	Impactul tehnologiei informației și a comunicării asupra mediului înconjurător	Explicație, prezentare, dezbateri	3 ore
5	Generații online: B, X, Y, Z, A – valori, atitudini și comportamente diferite?	Abordare euristică, prezentare, problematizare	3 ore
6	Comunicarea în context economic: rolul IA și managementul comunicării în firme	Explicație, demonstrație, studiu de caz	3 ore
7	Comunicarea în context intercultural: elemente de etichetă și protocol	Explicație, prezentare, dezbateri	3 ore
8	Comunicarea în context social: nevoia de incluziune și obstacolele ei	Abordare euristică, prezentare, problematizare	3 ore

9	Comunicarea în context politic: campanii, manipulare și rolul culturii mediatice	Explicație, demonstrație, studiu de caz	3 ore
10	Comunicarea în contextul vieții private și publice: datele personale și protecția lor	Abordare euristică, problematizare, demonstrație	3 ore
11	Procesul de digitalizare din România: oportunități și obstacole	Explicație, demonstrație, studiu de caz	3 ore
12	Evaluări internaționale ale evoluției digitalizării: rapoartele DESI (2014-2022), ONU (e-gov 2024)	Explicație, prezentare, dezbateri	3 ore
13	Evaluări internaționale ale evoluției digitalizării: rapoartele societății civile (GISWatch)	Explicație, demonstrație, studiu de caz	3 ore
14	Comunicarea asertivă și valorile ei. Logos, etos și patos într-un spațiu multimedial	Explicație, demonstrație, dezbateri	3 ore

Bibliografie

Bakó, R.K. *Multimédia (Multimedia)*. Studium sorozat, Editura T3, Sfântu Gheorghe, Ebook, 2024.

Bakó, R. K. *The Digitalization Process in Romania*. Cluj-Napoca: Presa Universitară Clujeană, Ebook, 2023, 137 pagini.

Finlay, A. (ed.) *Global Information Society Watch 2021-22*. Digital Futures for a Post-pandemic World, 2022.

Roman, O. M., Perta, E. Individual Determinants of the Fixed Internet Adoption in Romania. *Romanian Statistical Review*, 2025, 1: 81–99. 2025.

Rosengren, K.E. *Kommunikáció (Comunicarea)*. Editura Typotex, Budapesta, 2004, 221 pagini.

8.2. Seminar		Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații
1	O societate a comunicării? Hartă a conceptelor de bază, evaluarea temelor de interes	Brainstorming, discuții în grupuri mici	2 ore
2	Rolul tehnologiei în formarea spațiului mediativ: cum filtrăm știrile false și dezinformările?	Muncă în grup, studii de caz, prezentări	2 ore
3	Impactul tehnologiei informației și a comunicării asupra mediului înconjurător: dezbateri	Muncă în grup, dezbateri, prezentări.	2 ore
4	Generații online: valori și comportamente online ale generațiilor X, Y, Z	Demonstrație prezentări, discuții în grupuri mici	2 ore
5	Comunicarea în context intercultural: elemente de etichetă online și offline	Brainstorming, discuții în grupuri mici, prezentări.	2 ore
6	Comunicarea în context social: nevoia de incluziune și obstacolele ei în România	Explicație, exemplificare, discuții	2 ore
7	Prezentările studenților, evaluare, discuții	Demonstrație, prezentări, discuții	2 ore

Bibliografie

Andok, M. A mély mediatizáció fogalma és elméleti kerete. *In Medias Res*, 2022, 2(2): 5-18

Bârca, C. D. *Grafică și multimedia*. Ed. Pro Universitaria, București, 2017, 126 pagini.

Hubbes, L. A. Apocalyptic Memes between Serious and Derisory. In: Bakó, R. K., Horváth, G. (eds.). *Argumentor 6. Mind the Gap!* Oradea – Debrecen: Partium Press – Debrecen University Press, 2020, pp. 135–166.

Ledin, P., Machin, D. *Introduction to Multimodal Analysis*. Bloomsbury, London, 2020, 257 pagini.

Mallender, A. *Cum să scrii pentru multimedia. Tehnici de scriere interactivă, rezumatul, derularea, scenariul*.

Polirom, Iași, 2008, 232 pagini.

Róka, J. *Kommunikáció- és médiatörténet. Szemelvények a tömegkommunikációs eszközök kialakulásának és elméletének történetéből*. Editura BKF, Budapesta, 2008, 116 pagini.

8.3. Laborator		Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații
1. Motoare de căutare. Cum funcționează și rolul lor. Website Auditor. Google Search Console.		Expunere, problematizare și exerciții	4 ore

2. Optimizare SEO (<i>search engine optimization</i>): cum să devenim relevanți pentru Google – sfaturi de la Google. SEO 2025: de la cuvinte cheie la Generative Engine Optimization (GEO). AI overview și zero-click search: cum schimbă AI vizibilitatea în era AI.		4 ore
3. Optimizare SEO (<i>search engine optimization</i>): cum să devenim relevanți pentru Google – sfaturi de la Google. SEO 2025: de la cuvinte cheie la Generative Engine Optimization (GEO). AI overview și zero-click search: cum schimbă AI vizibilitatea în era AI.		4 ore
4. Optimizare SEO (<i>search engine optimization</i>): cum să devenim relevanți pentru Google – sfaturi de la Google. SEO 2025: de la cuvinte cheie la Generative Engine Optimization (GEO). AI overview și zero-click search: cum schimbă AI vizibilitatea în era AI.		4 ore
5. EEAT și conținutul relevant: rolul experienței și autorității în era AI. Spam, conținut de slabă calitate și provocările AI în SEO. Agentic search și multimodalitate: viitorul motoarelor de căutare.		4 ore
6. Aplicația Buffer		4 ore
7. Recapitulare		4 ore
Bibliografie Dorfman, A. <i>Online Reputation Management. Success Kit: How Better Reviews Drive Revenue</i> , 2023. https://blogs.ubc.ca/comm386rmilne/files/2017/08/success-kit-online-reputation-management-2.pdf Digital Marketing Institute: <i>Online Reputation</i> . DMI Team Talk. Streamed live on April 12, 2021. https://www.youtube.com/watch?v=gZB4R-OU5Ec Goth, N. (2025). AI SEO & GEO: The Ultimate Checklist for 2025, 2025. https://www.youtube.com/watch?v=0FmEV0jE5TQ Hostinger Academy: <i>What Is GEO And Why Is It Important in 2025</i> . Premiered on July 23, 2025. https://www.youtube.com/watch?v=TrAVBTFiDQ0 SMA Marketing: <i>What is GEO (Generative Engine Optimization)?</i> March 10, 2025. https://www.youtube.com/watch?v=Nf8z0vtIkMw		

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

Disciplina abordează teoriile comunicării și ale mass media în contextul celor mai actuale dezbateri din spațiul public și din mediul academic, cu aplicații directe în spațiul relațiilor publice. Analizele și sintezele disciplinei se bazează pe rapoarte recente privind impactul digitalizării pe plan național și internațional.

10. Evaluare

A. Condiții de îndeplinit pentru prezentarea la evaluare:

Participarea la 60% din activitățile de seminar.
Participarea la totalitatea activităților de laborator.

B. Criterii, metode și ponderi în evaluare:

Tip activitate		10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs		Capacitatea de conceptualiza și operaționaliza cele mai relevante teme de dezbatere din domeniul teoriilor și practicilor multimedia	Examen scris	50%
10.5.	Seminar	Capacitatea de a evalua creativ potențialul spațiilor multimedia	Evaluare sumativă la ultimul seminar	25%
	Laborator	Capacitatea de a prezenta în mod critic problematica actuală a digitalizării în context internațional	Evaluare sumativă la ultimul laborator	25%
	Proiect	-		
	Practică	-		
10.6. Standard minim de performanță				
Capacitatea de a analiza critic un articol de specialitate din domeniul teoriilor și practicilor multimedia. Promovarea seminariilor.				

Data completării

05.09.2025

Semnătura titularului disciplinei
Conf. univ. dr. Bakó Rozália KláraSemnătura titularului/rilor de aplicații
Conf. univ. dr. Hubbes László-Attila

Conf. univ. dr. Kósa István

Data avizării în departament
08.09.2025Semnătura directorului de departament
Prof. univ. dr. Nistor LauraSemnătura responsabilului programului de studii
Conf. univ. dr. Kósa István

FIȘA DISCIPLINEI
pentru anul universitar 2025/26

Aprobat prin decizia Consiliului
Facultății nr. 1013/10.09.2025

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Sapiientia din Cluj-Napoca
1.2. Facultatea/ DPPD	Facultatea de Științe Economice, Socio-Umane și Inginerești, Miercurea Ciuc
1.3. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.4. Ciclul de studii	Licență
1.5. Programul de studiu	Comunicare și relații publice
1.6. Calificarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.0. Departamentul				Departamentul de Științe Sociale			
2.1. Denumirea disciplinei				Practică de specialitate			
2.2. Tipul activității				Asistat integral	Asistat parțial:		Neasistat
				-	-		-
2.3. Titularul disciplinei /Titularul cursului							
2.4. Titularul(ii) activităților de			seminar				
			laborator	Lect. univ. dr. Székely Kinga Katalin			
			proiect	-			
2.5. Anul de studiu	II	2.6. Semestrul	4	2.7. Forma de verificare	C	2.8. Tipul disciplinei	DOB
2.9. Categoria formativă	DS	2.10 Categoria disciplinei	DS	2.11. Codul disciplinei	CBPK0100		

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	7	Din care: 3.2. curs	0	3.3. laborator	7
3.4. Total ore din planul de învățământ	98	Din care: 3.5. curs	0	3.6. laborator	98
3.4.o Din care online	-	3.5.o. curs	-	3.6. o. laborator	-
3.7. Numărul de puncte de credit conform planului de învățământ ²⁴					4
3.8. Total ore pe semestru					112
3.9. Total ore studiu individual					14

²⁴ 1 credit este corespunzător cu 28 ore de studiu

3.10. Distribuția fondului de timp pentru studiu individual:	ore
a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	0
b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	0
c) Pregătire laboratoare, teme, referate, portofolii	10
d) Tutoriat	4
e) Examinări	0
f) Alte activități:	0

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	
4.2. de competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului	-
5.2. De desfășurare a seminarului	Practica se va desfășura în cadrul unei organizații/instituții - partener de practică (instituție gazdă), pe baza unei Convenții de practică.

6. Rezultate ale învățării

Cunoștințe	Studentul/Absolventul: ● C.2.2. identifică concepte referitoare la public și audiența mass-media, metode de măsurare, precum și indicatori de audiență specifici canalului tehnologic de comunicare mediatică; ● C.2.4. identifică elementele care joacă un rol în procesul de formare a opiniei publice, prin care percepțiile și opiniile față de o chestiune în discuție publică sunt formate și întărite, cum ar fi cadrajul informațiilor, tendințele și interesele publicului, procesele psihice și conformismul; ● C.3.1. distinge între diferite tipuri de conținuturi și moduri de expresie (text, fotografie, audio, video) și tipuri de canale media: presa tipărită, televiziunea, radioul, cinematografia, presa online, platformele digitale, aplicațiile mobile; ● C.3.3. identifică tehnici de redactare sau structurarea a conținutului (narrative, descriptive, expozitive, argumentative sau persuasive) și principii de retorică sau compunere a mesajelor ce vizează îmbunătățirea capacității scriitorilor și vorbitorilor de a informa, convinge sau motiva publicul; ● C.4.1. clasifică diferitele surse de informare în diferite categorii (cum ar fi date primare și secundare) și pe baza conținutului acestora, a caracteristicilor materiale, a autorilor etc.; ● C.5.2. identifică normele profesionale în raport cu rolul asumat în comunicarea publică;
-------------------	---

Aptitudini	Studentul/Absolventul: ● A.2.3. adaptează mesajele la diverse situații și categorii sau segmente de public în contextul comunicării profesionale. ● A.3.1. aplică practici de producție potrivite pentru diferite tipuri de conținuturi și moduri de expresie (text, fotografie, audio, video) și tipuri de canale media: presa tipărită, televiziunea, radioul, cinematografia, presa online, platformele digitale, aplicațiile mobile; ● A.4.1. aplică procese pentru verificarea unor informații în contextul comunicării profesionale; ● A.6.1. evaluează percepția publică, participă în rețele profesionale și inițiază conversații în raport cu o persoană publică, o organizație sau o marcă (brand). ● A.7.2. selectează subiecte comune cu alte persoane pentru facilitarea comunicării în context profesional; ● A.7.3. utilizează persoanele de contact pentru obținerea de informații sau avantaje reciproce în context profesional;
Responsabilitate și autonomie	Studentul/Absolventul: ● R.1.2. raportează rezultate, statistici și concluzii în fața unui public într-un mod clar, transparent și simplu. ● R.3.1. produce un conținut sau produs media în vederea difuzării/publicării pe unul sau mai multe canale sau platforme, utilizând media (text, fotografie, audio, video) separat sau în conjuncție în contextul realizării unui proiect profesional; ● R.3.2. redactează și editează texte originale de natură creativă, jurnalistice, promoționale, publicitare, de promovare instituțională, funcționale, tehnice sau academice. ● R.4.2. evaluează sursele informațiilor și corectitudinea informațiilor receptate; ● R.5.1. judecă în raport cu modele pentru luarea deciziilor etice, coduri deontologice, respectiv legislației naționale și europene în raport în contextul luării de decizii în probleme profesionale din domeniul comunicării. ● R.7.1. inițiază legături cu alte persoane și colaborează cu acestea direct sau prin intermediul instrumentelor digitale; ● R.7.3. colaborează cu alte persoane în cadrul unor echipe pentru a rezolva probleme profesionale specifice; ● R.7.4. planifică/își asumă și respectă termene strânse pentru a realiza sarcini sau proiecte profesionale; ● R.7.5. demonstrează sensibilitate interculturală participând în comunități și rețele diferite.

7. Obiectivele disciplinei

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Obiectivul general al disciplinei este dezvoltarea abilităților practice prin aplicarea cunoștințelor teoretice dobândite pe parcursul studiilor respectiv familiarizarea cu structurile, procesele și cultura organizațională din instituții și companii care derulează activități de comunicare. Consolidarea capacității de a lucra în echipă, de a respecta termene și de a răspunde cerințelor unui mediu profesional dinamic.
7.2. Obiectivele specifice	• Observarea și înțelegerea modului de funcționare a departamentelor de comunicare și relații publice; • Exersarea redactării materialelor specifice domeniului: comunicate de presă, articole, postări pentru social media, newslettere; • Dezvoltarea competențelor de planificare și implementare a unor activități de comunicare și RP (campanii, evenimente, activități de promovare etc.); • Exersarea interacțiunii profesionale.

8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Fond de timp alocat / Observații
Bibliografie		
8.2. Seminar	Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații
Bibliografie		
8.3. Laborator	Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații
Bibliografie		
8.4. Proiect	Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații
Bibliografie		
8.5. Practica	Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații
Participarea la practică profesională	Muncă individuală sau în grup sub îndrumare și supraveghere	98 ore

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

Conținutul activităților practice este conceput astfel încât studenții să-și dezvolte și să-și perfecționeze competențele necesare pentru îndeplinirea sarcinilor specifice profesiei de specialist în comunicare și relații publice. Totodată, studenții își însușesc cunoștințe și abilități esențiale pentru adaptarea la cerințele unei piețe competitive și dinamice, dezvoltând capacitatea de a lucra eficient în echipă, de a răspunde provocărilor reale ale mediului profesional și de a contribui la atingerea obiectivelor organizațiilor.

10. Evaluare

A. Condiții de îndeplinit pentru prezentarea la evaluare:

Prezentarea referatului de practică.

B. Criterii, metode și ponderi în evaluare:

Tip activitate		10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.5.	Practică	● Capacitatea de aplicare în practică a cunoștințelor învățate; ● Detalierea sarcinilor și responsabilităților asumate; ● Capacitatea de a evalua experiența practică în raport cu cunoștințele teoretice acumulate.	Referat de practică	100%
10.6. Standard minim de performanță				
● Efectuarea stagiului de practică ● Prezentarea referatului de practică				

Data completării:
02.09.2025.

Semnătura titularului disciplinei
Lect. univ. dr. Székely Kinga Katalin

Semnătura titularului/rilor de aplicații
Lect. univ. dr. Székely Kinga Katalin

Data avizării în departament
08. 09. 2025.

Semnătura directorului de departament
Prof. univ. dr. Nistor Laura

Semnătura responsabilului programului de studii
Conf. univ. dr. Kósa István

FIȘA DISCIPLINEI

pentru anul universitar 2025/26

Aprobat prin decizia Consiliului
Facultății nr. 1013/10.09.2025

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Sapientia din Cluj-Napoca
1.2. Facultatea/ DPPD	Facultatea de Științe Economice, Socio-Umane și Inginerești, Miercurea Ciuc
1.3. Domeniul de studii	Științe ale Comunicării
1.4. Ciclul de studii	Licență
1.5. Programul de studiu	Comunicare și relații publice
1.6. Calificarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.0. Departamentul				Departamentul de Științe Sociale			
2.1. Denumirea disciplinei				Relații publice sectoriale - economie			
2.2. Tipul activității				Asistat integral	Asistat parțial:		Neasistat
2.3. Titularul disciplinei /Titularul cursului				Conf. univ. dr. Gergely Orsolya			
2.4. Titularul(ii) activităților de			seminar	Conf. univ. dr. Gergely Orsolya			
			laborator	-			
			proiect	-			
2.5. Anul de studiu	II.	2.6. Semestrul	4	2.7. Forma de verificare	E	2.8. Tipul disciplinei	DOB
2.9. Categoria formativă	DS	2.10 Categoria disciplinei	DS	2.11. Codul disciplinei	CBPK0621		

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	3	Din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar	1
3.4. Total ore din planul de învățământ	42	Din care: 3.5. curs	28	3.6. seminar	14
3.4.o Din care online	0	3.5.o. curs	0	3.6. o. seminar	0
3.7. Numărul de puncte de credit conform planului de învățământ ²⁵					5
3.8. Total ore pe semestru					140
3.9. Total ore studiu individual					98
3.10. Distribuția fondului de timp pentru studiu individual:					ore
a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					24
b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					20
c) Pregătire seminarii /laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					46

²⁵ 1 credit este corespunzător cu 28 ore de studiu

d) Tutoriat	4
e) Examinări	4
f) Alte activități:	0

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	-
4.2. de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului	Sală dotată cu mobilier modular, acces internet, proiector, difuzor
5.2. De desfășurare a seminarului	Sală dotată cu mobilier modular, acces internet, proiector, difuzor

6. Rezultate ale învățării

Cunoștințe	Studentul/Absolventul: C.6.1. identifică principiile relațiilor publice și managementului reputației și factorii de influență asupra percepțiilor părților interesate sau asupra categoriilor de public în raport cu o organizație, cu marca (brandul) acesteia sau în raport cu o persoană;
Aptitudini	Studentul/absolventul: A.6.1. evaluează percepția publică, participă în rețele profesionale și inițiază conversații în raport cu o persoană publică, o organizație sau o marcă (brand).
Responsabilitate și autonomie	Studentul/absolventul: R.6.1. aplică principii și metodologii specifice domeniului pentru a realiza cercetări ale opiniei publice în raport cu un subiect, o persoană publică, o organizație, o marcă (brand).

7. Obiectivele disciplinei

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Studentii să dobândească o înțelegere critică asupra relațiilor dintre antreprenoriat și societate, prin prisma comunicării și a relațiilor publice. Obiectivul este de a dezvolta gândirea analitică și spiritul critic, folosind exemple din realitatea socio-economică și culturală. Studentii sunt încurajați să-și formeze competențe de exprimare academică și profesională în limba română, pe baza dezbaterilor și analizelor de caz.
7.2. Obiectivele specifice	Studentii -să identifice și să analizeze particularitățile antreprenoriatului în diferite sectoare; - să interpreteze critic fenomene socio-economice prin exemple reale și materiale video cu antreprenori; - să elaboreze și să prezinte soluții la situații și probleme specifice relațiilor publice sectoriale; - să dezvolte competențe de lucru în echipă prin rezolvarea sarcinilor practice la seminar; - -să aplice concepte și instrumente de relații publice în context

	antreprenorial
--	----------------

8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Fond de timp alocat / Observații
1. Cultură antreprenorială. Angajați și antreprenori	Prelegere, explicație, prelegere, explicație, analiză comparativă, demonstrație, problematizarea abordare euristică	2
2. Specificul sectorului guvernamental, de afaceri, nonprofit		2
3. Local și global în domeniul antreprenoriatului		2
4. Spirit antreprenorial: cine și cum devine antreprenor?		2
5. Antreprenoriat și societate: securitate sau risc?		2
6. Cultură antreprenorială în România: cum o măsurăm?		2
7. Antreprenoriat și inovație: aplicații în relațiile publice		2
8. Harta antreprenoriatului transilvan		2
9. Competențe antreprenoriale: cine și cum le obțin?		2
10. Succes și eșec: modelul cultural al lui Geert Hofstede		2
11. Managementul inovației. Gestionarea comunicării		2
12. Societatea bazată pe cunoaștere în secolul 21		
13. Întreprinderile mici și mijlocii: gestionarea imaginii		
14. Relațiile publice în sectorul economic: concluzii		
Bibliografie: Gergely, Orsolya: <i>Vállalkozók és vállalkozások. (Antreprenori și antreprenoriate. Cluj Napoca – Editura Presa Universitară Clujeană, 2024, 172 pagini. http://www.editura.ubbcluj.ro/bd/ebooks/pdf/4130.pdf</i> Gergely, Orsolya. <i>Vállalkozás női módra. A székellyföldi vállalkozónők profiljának és motivációinak vizsgálata. (Antreprenoriat în stil feminin. Profilul și motivația femeilor antreprenori din Ținutul Secuiesc. Ed. ISPMN, Cluj Napoca, 2013, 184 pagini</i> _____ Csata, Zsombor A vállalkozói aktivitás egyes sajátosságai és tényezői Erdélyben.[pdf] (Particularitățile și factorii activității antreprenoriale în Transilvania). <i>Területi Statisztika</i>, 2013, 53(1): 21-37. Ernst – Young. <i>Barometrul antreprenoriatului românesc 2016. [pdf]</i> Kuczi, Tibor: <i>Kisvállalkozás és társadalmi környezet [pdf]</i> (Microîntreprinderi și mediul social). Ed. Replika, Budapesta, 2011, 190 pagini. Lengyel, György (2008). A vállalkozói hajlandóság hatása a vállalkozásra és a jólétre [pdf] (Impactul spiritului antreprenorial asupra prosperitatea socială). <i>Társadalmi Riport</i>, 2008, 10(1): 429-450.		
8.2. Seminar	Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații

1. Cultură antreprenorială. Angajați și antreprenori. Prezentarea cerințelor în vederea evaluării. Explicarea cerințelor privind realizarea unui videointerviu cu un antreprenor.	exerciții în grupuri mici studii de caz conversație explicație discuție de grup, test dezbateri	1 oră
2. Specificul sectorului guvernamental, de afaceri, nonprofit		1 oră
3. Local și global în domeniul antreprenoriatului		1 oră
4. Spirit antreprenorial: cine și cum devine antreprenor?		1 oră
5. Antreprenoriat și societate: securitate sau risc?		1 oră
6. Cultură antreprenorială în România: cum o măsurăm?		1 oră
7. Antreprenoriat și inovație: aplicații în relațiile publice		1 oră

8. Harta antreprenoriatului transilvan și în Secuime		1 oră
9. Competențe antreprenoriale: cine și cum le obțin?		1 oră
10. Succes și eșec: modelul cultural Hofstede		1 oră
11. Managementul inovației. Gestionarea comunicării		1 oră
12. Societatea bazată pe cunoaștere în secolul 21		1 oră
13. Întreprinderile mici și mijlocii: gestionarea imaginii		1 oră
14. Relațiile publice în sectorul economic: concluzii		1 oră

Bibliografie

Gergely, Orsolya: *Vállalkozók és vállalkozások. (Antreprenori și antreprenoriate.* Cluj Napoca – Editura Presa Universitară Clujeană, 2024, 172 pagini. <http://www.editura.ubbcluj.ro/bd/ebooks/pdf/4130.pdf>

Gergely, Orsolya. *Vállalkozás női módra. A székegyföldi vállalkozónők profiljának és motivációinak vizsgálata. (Antreprenoriat în stil feminin. Profilul și motivația femeilor antreprenori din Ținutul Secuiesc.* Ed. ISPMN, Cluj Napoca, 2013, 184 pagini

8.3. Laborator	Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații
-		

Bibliografie

8.4. Proiect	Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații
-		

Bibliografie

8.5. Practica	Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații
-		

Bibliografie

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității

epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

Disciplina răspunde nevoilor pieței muncii, unde se acordă importanță înțelegerii mediului antreprenorial și utilizării relațiilor publice ca instrument de comunicare strategică. Activitățile centrate pe studii de caz și pe prezentarea de materiale video cu antreprenori creează contexte de învățare aplicată, dezvoltând competențele cerute de angajatori: gândire critică, rezolvarea de probleme, comunicare clară și colaborare în echipă. Conținuturile disciplinei reflectă astfel atât cerințele comunității epistemice, cât și așteptările organizațiilor și asociațiilor profesionale.

10. Evaluare

A. Condiții de îndeplinit pentru prezentarea la evaluare:

Înscrierea la examen este condiționată de promovarea seminarului.

B. Criterii, metode și ponderi în evaluare:

Tip activitate		10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs		Capacitatea de a interpreta critic fenomene socio-economice și de a folosi terminologia de specialitate Prezentarea unui videointerviu realizat cu un antreprenor	Examen oral	50%
10.5.	Seminar	Rezolvarea sarcinilor aplicative, implicarea în dezbateri, redactarea Videointerviului.	Evaluare pe parcurs	50%
	Laborator			
	Proiect			
	Practică			
10.6. Standard minim de performanță				
Pentru nota 5, studenții trebuie să realizeze și să prezinte videointerviu cerut și să participe activ la rezolvarea sarcinilor de seminar, demonstrând înțelegerea elementelor fundamentale ale relațiilor publice sectoriale și ale antreprenoriatului.				

Data completării
05.09.2025.

Semnătura titularului disciplinei
Conf. univ. dr. Gergely Orsolya

Semnătura titularului/rilor de aplicații
Conf. univ. dr. Gergely Orsolya

Data avizării în departament
08.09.2025.

Semnătura directorului de departament
Prof. univ. dr. Nistor Laura

Semnătura responsabilului programului de studii
Conf. univ. dr. Kósa István

FIȘA DISCIPLINEI
pentru anul universitar 2025/26

Aprobat prin decizia Consiliului
Facultății nr. 1013/10.09.2025

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Sapienția din Cluj-Napoca
1.2. Facultatea/ DPPD	Științe Economice, Socio-Umane și Inginerești din Miercurea Ciuc
1.3. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.4. Ciclul de studii	Licență
1.5. Programul de studiu	Comunicare și relații publice
1.6. Calificarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.0. Departamentul	Departamentul de Științe Sociale		
2.1. Denumirea disciplinei	Rețele sociale		
2.2. Tipul activității	Asistat integral	Asistat parțial:	Neasistat
2.3. Titularul disciplinei / Titularul cursului	Conf. univ. dr. Telegdy Balázs		
2.4. Titularul(ii) activităților de laborator	Conf. univ. dr. Telegdy Balázs		
2.5. Anul de studiu	II	2.6. Semestrul	4
2.7. Forma de verificare	E	2.8. Tipul disciplinei	DOP
2.9. Categoria formativă	DS	2.10. Categoria disciplinei	CBPS0621

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	3	Din care: 3.2. curs	2	3.3. laborator	1
3.4. Total ore din planul de învățământ	42	Din care: 3.5. curs	28	3.6. laborator	14
3.4.o Din care online	-	3.5.o. curs	-	3.6. o. laborator	-
3.7. Numărul de puncte de credit conform planului de învățământ ²⁶					4
3.8. Total ore pe semestru					112
3.9. Total ore studiu individual					70
3.10. Distribuția fondului de timp pentru studiu individual:					Ore
a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					30
b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					20
c) Pregătire laboratoare, teme					12
d) Tutoriat					4
e) Examinări					4
f) Alte activități:					

²⁶ 1 credit este corespunzător cu 28 ore de studiu

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Nu se aplică.
4.2. de competențe	Nu se aplică.

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului	Sală de curs dotată cu videoproiector și cu acces internet.
5.2. De desfășurare a laboratorului	Sală de laborator dotată cu videoproiector și acces internet, respectiv cu multe posibilități de a conecta la rețeaua electrică.

6. Rezultate ale învățării

Cunoștințe	C.6.1. Studentul identifică principiile relațiilor publice și managementului reputației și factorii de influență asupra percepțiilor părților interesate sau asupra categoriilor de public în raport cu o organizație, cu marca (brandul) acesteia sau în raport cu o persoană; C.6.2. Studentul diferențiază între strategiile și design-urile de comunicare specifice diferitelor contexte de comunicare organizaționale sau situaționale (comunicarea în situații de risc, în situații de criză, pentru producția schimbării sociale, pentru elaborarea politicilor publice, a politicilor interne etc.
Aptitudini	A.6.1. Studentul evaluează percepția publică, participă în rețele profesionale și inițiază conversații în raport cu o persoană publică, o organizație sau o marcă (brand).
Responsabilitate și autonomie	R.6.1. Studentul aplică principii și metodologii specifice domeniului pentru a realiza cercetări ale opiniei publice în raport cu un subiect, o persoană publică, o organizație, o marcă (brand); R.6.2. Studentul redactează comunicate de presă și produce alte materiale de relații publice, respectiv mesaje adaptate la specificul diferitelor canale media și platforme digitale pentru a fi utilizate în contextul comunicării unei persoane publice, organizații sau mărci (brand).

7. Obiectivele disciplinei

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Însușirea paradigmei și modului de interpretare specifică analizei rețelilor sociale.
7.2. Obiectivele specifice	Însușirea noțiunilor și teoriilor fundamentale legate de disciplină. Cunoașterea și aplicarea în practică a unor softuri de analiză a rețelilor sociale

8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Fond de timp alocat / Observații
1. Introducere – o istorie scurtă a analizei rețelilor	prelegere, explicație, demonstrație	2 ore
2. Perspectiva analizei rețelilor sociale		2 ore
3. Modele de colectare a datelor		2 ore
4. Prezentarea programelor specifice analizei rețelilor sociale		2 ore
5. Legături nedirecționate și direcționate		2 ore
6. Colectarea datelor		2 ore

7. Elaborarea unor baze de date în Gephi.		2 ore
8. Modul ce calculare ale centralității.		2 ore
9. Modul ce calculare ale puterii.		2 ore
10. Noțiunile de diad și triad		2 ore
11. Structura interioară ale rețelelor (clic, clan, n-core, k-core)		2 ore
12. Teoria echilibrului, rețele pozitive și negative		2 ore
13. Echivalență structurală		2 ore
14. Prezentarea proiectelor de cercetare		2 ore
Bibliografie:		
Obligatorie:		
Telegdy, Balázs: <i>Társadalmi hálózatelemzés – elmélet és gyakorlat</i> (Analiza rețelelor sociale – Teorie și practică), Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca, 2021, 149 p		
Barabási, Albert - László: <i>A hálózatok tudománya</i> (Știința rețelelor) Libri, Budapesta, 2016, 445 p		
Hâncean, Marian - Gabriel: <i>Rețelele sociale în era Facebook: o analiză sociologică</i> , Polirom, Iași, 2018, 204 p		
Hâncean, Marian - Gabriel: <i>Rețelele sociale, teorie, metodologie și aplicații</i> , Polirom, Iași, 2014, 221 p.		
Parag, Khanna: <i>Konnektográfia: a globális civilizáció jövőjének feltérképezése.</i> (Conectografia: cartografierea viitorului civilizației globale) HVG, Budapesta, 2017, 480 p.		
Opțională:		
Scott, John: <i>Social Network Analysis</i> , Sage, Los Angeles, 2017, 227 p		
Wasserman, Stanley and Faust, Katherine: <i>Social Network Analysis, Methods and Applications</i> , Cambridge University Press, Cambridge, 1994, 825 p		
8.3. Laborator	Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații
1. Introducere – o istorie scurtă a analizei rețelelor	exerciții individuale și de grup, conversație	1 oră
2. Film introductiv: perspectiva analizei rețelelor sociale		1 oră
3. Modele de colectare a datelor și realizarea unor baze de date în Gephi		1 oră
4. Prezentarea programului Gephi		1 oră
5. Legături nedirecționate și direcționate în Gephi		1 oră
6. Colectarea datelor.		1 oră
7. Crearea unor baze de date în Gephi.		1 oră
8. Modul ce calculare ale centralității cu ajutorul programului Gephi		1 oră
9. Modul ce calculare ale puterii cu ajutorul programului Gephi		1 oră
10. Noțiunile de diad și triad		1 oră
11. Structura interioară ale rețelelor (clic, clan, n-core, k-core) – calcularea lor în Gephi		1 oră
12. Teoria echilibrului, rețele pozitive și negative aplicarea lor în practică		1 oră
13. Echivalență structurală în Gephi		1 oră
14. Prezentarea proiectelor de cercetare		1 oră

Bibliografie:

Obligatorie:

Telegdy, Balázs: *Társadalmi hálózatelemzés – elmélet és gyakorlat* (Analiza rețelelor sociale – Teorie și practică), Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca, 2021, 149 p

Barabási, Albert - László: *A hálózatok tudománya* (Știința rețelelor) Libri, Budapesta, 2016, 445 p

Barabási, Albert - László: *A képlet* (Formula) Libri, Budapesta, 2018, 280 p.

Hâncean, Marian - Gabriel: *Rețelele sociale în era Facebook: o analiză sociologică*, Polirom, Iași, 2018, 204 p

Hâncean, Marian - Gabriel: *Rețelele sociale, teorie, metodologie și aplicații*, Polirom, Iași, 2014, 221 p.

Parag, Khanna: *Konnektográfia: a globális civilizáció jövőjének feltérképezése*. (Conectografia: cartografierea viitorului civilizației globale) HVG, Budapesta, 2017, 480 p.

Opțională:

Scott, John: *Social Network Analysis*, Sage, Los Angeles, 2017, 227 p

Wasserman, Stanley and Faust, Katherine: *Social Network Analysis, Methods and Applications*, Cambridge University Press, Cambridge, 1994, 825 p

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

Studentii vor fi capabili să aplice în practică analiza rețelelor sociale, pentru a înțelege mai bine mecanismele de funcționare ale legăturilor formale și informale din interiorul unui grup social. Analiza rețelelor sociale reprezintă o abordare nouă cu multiple valențe în științele sociale, structura disciplinei urmează tematicile unui curs introductiv.

10. Evaluare

A. Condiții de îndeplinit pentru prezentarea la evaluare:

- prezență la activitățile de laborator și elaborarea temei individuale până la ultima săptămână de predare.

B. Criterii, metode și ponderi în evaluare:

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluar	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs	Capacitatea de a utiliza în mod integrat conceptele de bază ale disciplinei în cadrul unei teme de cercetare. Calitatea temei și a prezentării.	Examen oral	100%

10.5.	Laborator	Atitudine proactivă, prezență și gradul de implicarea în cercetarea individuală	Evaluare pe parcurs	admis/respins
-------	-----------	---	---------------------	---------------

10.6. Standard minim de performanță
Cunoașterea noțiunilor de bază din analiza rețelelor sociale, capacitatea de a realiza o analiză de rețea în Gephi.

Data completării: 17.07.2025

Semnătura titularului disciplinei
Conf. univ. dr. TELEGDY Balázs

Semnătura titularului/rilor de aplicații
Conf. univ. dr. TELEGDY Balázs

Data avizării în departament:
08. 09. 2025.

Semnătura directorului de departament
Prof. univ. dr. NISTOR Laura

Semnătura responsabilului programului de studii
Conf. univ. dr. KÓSA István

Fișele disciplinelor din anul III

FIȘA DISCIPLINEI pentru anul universitar 2025/26

Aprobat prin decizia Consiliului
Facultății nr. 1013/10.09.2025

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Sapiientia din Cluj-Napoca
1.2. Facultatea/ DPPD	Facultatea de Științe Economice, Socio-Umane și Inginerești, Miercurea Ciuc
1.3. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.4. Ciclul de studii	Licență
1.5. Programul de studiu	Comunicare și relații publice
1.6. Calificarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.0. Departamentul	Departamentul de Științe Sociale		
2.1. Denumirea disciplinei	Cercetare aplicată pentru lucrarea de licență		
2.2. Tipul activității	Asistat integral	Asistat parțial:	Neasistat
	-	-	-
2.3. Titularul disciplinei /Titularul cursului	Lect. univ. dr. Székely Kinga Katalin		
2.4. Titularul(ii) activităților de	seminar		
	laborator	Lect. univ. dr. Székely Kinga Katalin	
	proiect	-	
2.5. Anul de studiu	III	2.6. Semestrul	6
		2.7. Forma de verificare	C
		2.8. Tipul disciplinei	DOB
2.9. Categoria formativă	DS	2.10 Categoria disciplinei	DS
		2.11. Codul disciplinei	CBPK0107

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

3.1. Număr de ore pe săptămână		Din care: 3.2. curs		3.3. laborator	
3.4. Total ore din planul de învățământ	60	Din care: 3.5. curs		3.6. laborator	60
3.4.o Din care online	-	3.5.o. curs	-	3.6. o. laborator	-
3.7. Numărul de puncte de credit conform planului de învățământ ²⁷					10
3.8. Total ore pe semestru					280
3.9. Total ore studiu individual					220
3.10. Distribuția fondului de timp pentru studiu individual:					ore

²⁷ 1 credit este corespunzător cu 28 ore de studiu

a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	26
b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	80
c) Pregătire laboratoare, teme, referate	100
d) Tutoriat	10
e) Examinări	4
f) Alte activități:	0

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	
4.2. de competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului	-
5.2. De desfășurare a seminarului	Conform planului de învățământ disciplina nu presupune seminarii, ci studii care se desfășoară sub forma întâlnirilor între student și îndrumătorul lucrării de licență.

6. Rezultate ale învățării

Cunoștințe	Studentul/Absolventul: • C.1.2. reproduce metodologia teoretică utilizată în cercetarea științifică, constând în efectuarea de cercetări de fond, construirea unei ipoteze și testarea acesteia sau formularea unor întrebări de cercetare, analiza datelor, prezentarea rezultatelor și formularea de concluzii în raport cu nivelul cunoașterii existente; • C.1.3. diferențiază între principalele abordări metodologice în domeniul științe ale comunicării – metode cantitative, metode calitative, abordări retorice, discursive și mixte.
-------------------	--

Aptitudini	Studentul/Absolventul: ● A.1.1. redactează un plan de cercetare pe un subiect din domeniul științe ale ● comunicării; ● A.1.2. aplică metode de colectare a datelor, respectând norme de etică a cercetării și ● prevederile legale în vigoare; ● A.1.3. aplică metode de cercetare adecvate temei și subiectului de cercetare; ● A.1.4. interpretează rezultatele cercetării în scris și prin grafice, diagrame, tabele; ● A.1.5. discută limitele cercetărilor, evaluând critic gradul de generalizare a concluziilor și propune strategii pentru adâncirea/ verificarea suplimentară a acestora.
Responsabilitate și autonomie	Studentul/Absolventul: ● R.1.1. elaborează proiecte de cercetare și intervenție în domeniul științe ale comunicării; ● R.1.2. raportează rezultate, statistici și concluzii în fața unui public într-un mod clar, transparent și simplu.

7. Obiectivele disciplinei

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Capacitatea studenților de a efectua muncă independentă de documentare-cercetare și de a genera analize și concluzii cu caracter de originalitate.
7.2. Obiectivele specifice	● Alegerea și aplicarea adecvată a metodelor și tehnicilor de comunicare însușite pe parcursul studiilor. ● Capacitatea studenților de a colecta, analiza și interpreta date și informații. ● Abilitatea de a trage concluzii și de a propune recomandări sau decizii operative pe baza rezultatelor analizelor efectuate, în concordanță cu teoriile și practicile specifice domeniului științelor comunicării.

8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Fond de timp alocat / Observații
Stabilirea universului tematic al lucrărilor științifice.	Temele sunt propuse de către cadrele didactice de la Departamentul de Științe Sociale	Afișarea temelor aferente fiecărui cadru didactic se face până la data de 20 octombrie.

Stabilirea titlului orientativ, a structurii și a bibliografiei lucrării ca rezultat al studiului literaturii de specialitate.	Muncă individuală, consultații	
Pregătirea planului de cercetare detaliată validată de cadrul didactic îndrumător	Muncă individuală, consultații	
Pregătirea recenziei literaturii de specialitate pe baza surselor academice de specialitate recomandate de către îndrumătorul științific și ale surselor considerate relevante de către student	Discuții ale îndrumătorului cu studenții pe tema textelor și bibliografiei indicate, prezentarea formelor de documentare și elaborare a lucrărilor științifice.	Termen: 20. martie.
Elaborarea metodologiei de cercetare în vederea realizării obiectivelor propuse	Discuții ale îndrumătorului cu studenții privind sursele de date, utilizarea textelor și a bibliografiei indicate, prezentarea formelor de documentare și elaborare a lucrărilor științifice.	
Culegerea și analiza datelor	Munca pe teren, analiza datelor cantitative și calitative	
Redactarea lucrării. Pregătirea prezentărilor pentru susținerea publică a lucrării de licență	Muncă individuală, consultații	
Prezentarea rezultatelor studiului	Simulări ale susținerii publice a lucrărilor	Termen: 10. iunie

Bibliografie:

Pe lângă bibliografia recomandată de către îndrumătorul științific sau cea considerată relevantă de către student, în funcție de tema de cercetare aleasă, studentul trebuie să aibă în vedere și literatura ce reprezintă un ghid asupra modului de elaborare și prezentare a unei lucrări științifice:

- ECO, Umberto: Cum se face o teză de licență, ed. a II-a, Editura Polirom, Iași, 2020, 264 pagini.
- PREDA, Sorin, Tehnici de redactare în presa scrisă, Editura Polirom, Iași, 2006, 224 pagini.
- RAD, Ilie: *Cum se scrie un text științific*, Editura Polirom, Iași, 2017, 312 pagini.
- RĂDULESCU, Mihaela, *Metodologia cercetării științifice, elaborarea lucrărilor de licență, masterat, doctorat*. Editura Didactică și Pedagogică, București, 2011, 224 pagini.

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

Disciplina asigură universul metodologic pentru studenți în vederea pregătirii și susținerii lucrărilor de licență. În perspectivă reprezintă punctul de pornire pentru cei care doresc să se implice în studiile masterale, doctorale, în cercetarea științifică avansată, asigurând competențe necesare mediului public și privat din România și Uniunea Europeană.

10. Evaluare

A. Condiții de îndeplinit pentru prezentarea la evaluare:

Recenzia literaturii de specialitate, prezentarea unui referat bibliografic.

B. Criterii, metode și ponderi în evaluare:

Tip activitate		10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.5.	Lucrarea de licență	● Bibliografia este în concordanță cu subiectul tratat. ● Măsura în care materialele obligatorii sunt completate cu alte surse relevante din țară și din străinătate. ● Măsura în care studentul reușește să ofere o sinteză asupra surselor consultate.	Evaluare orală	40%
		● Partea metodologică este o continuare a părții teoretice. ● Analiza datelor este subordonată obiectivelor stabilite. ● Datele, rezultatele sunt de încredere, metodele de analiză a datelor sunt adecvate. ● Concluziile și propunerile oferite sunt corecte și relevante. ● Structura lucrării corespunde cerințelor unei lucrări științifice./	Evaluare orală	60%
10.6. Standard minim de performanță				
● Referatul corespunde cerințelor de redactare. ● Referințele bibliografice sunt utilizate corespunzător. ● Culegerea și analiza datelor empirice a fost realizată cu utilizarea unei metodologii corecte și adecvate. ● Concluziile cercetării sunt logice și relevante pentru subiectul abordat.				

Data completării:

02.09.2025.

Semnătura titularului disciplinei
Lect. univ. dr. Székely Kinga Katalin

Semnătura titularului/rilor de aplicații
Lect. univ. dr. Székely Kinga Katalin

Data avizării în departament
08. 09. 2025.

Semnătura directorului de departament
Prof. univ. dr. Nistor Laura

Semnătura responsabilului programului de studii
Conf. univ. dr. Kósa István

FIȘA DISCIPLINEI

pentru anul universitar 2025/26

Aprobat prin decizia Consiliului
Facultății nr. 1013/10.09.2025

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Sapientia din Cluj-Napoca
1.2. Facultatea/ DPPD	Facultatea de Științe Economice, Socio-Umane și Inginerești, Miercurea Ciuc
1.3. Domeniul de studii	Științe ale Comunicării
1.4. Ciclu de studii	Licență
1.5. Programul de studiu	Comunicare și relații publice
1.6. Calificarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.0. Departamentul	Departamentul de Științe Sociale		
2.1. Denumirea disciplinei	Comunicare internă		
2.2. Tipul activității	Asistat integral	Asistat parțial:	Neasistat
	-	-	-
2.3. Titularul disciplinei /Titularul cursului	Conf. univ. KÓSA István		
2.4. Titularul(ii) activităților de	seminar		
	laborator	Conf. univ. KÓSA István	
	Proiect	-	
2.5. Anul de studiu	3	2.6. Semestrul	6
2.7. Forma de verificare	E	2.8. Tipul disciplinei	DOB
2.9. Categoria formativ	DS	2.10 Categoria disciplinei	DS
2.11. Codul disciplinei	CBPK0381		

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. laborator	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	48	Din care: 3.5. curs	24	3.6. laborator	24
3.4.o Din care online	0	3.5.o. curs		3.6. o. laborator	
3.7. Numărul de puncte de credit conform planului de învățământ ²⁸					5
3.8. Total ore pe semestru					140
3.9. Total ore studiu individual					92
3.10. Distribuția fondului de timp pentru studiu individual:					Ore
a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					30
b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					30
c) Pregătire laboratoare, teme					30
d) Tutoriat					
e) Examinări					2
f) Alte activități:					

²⁸ 1 credit este corespunzător cu 28 ore de studiu

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	-
4.2. de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului	Videoproiector, calculator
5.2. De desfășurare a laboratorului	Videoproiector, calculator

6. Rezultate ale învățării

Cunoștințe	Studentul/Absolventul: C.6.2. diferențiază între strategiile și design-urile de comunicare specifice diferitelor contexte de comunicare organizaționale sau situaționale (comunicarea în situații de risc, în situații de criză, pentru producția schimbării sociale, pentru elaborarea politicilor publice, a politicilor interne. etc.).
Aptitudini	Studentul/Absolventul: A.6.1. evaluează percepția publică participă în rețele profesionale și inițiază conversații în raport cu o persoană publică, o organizație sau o marcă (brand)
Responsabilitate și autonomie	Studentul/Absolventul: R.7.1. inițiază legături cu alte persoane și colaborează cu acestea direct sau prin intermediul instrumentelor digitale.

7. Obiectivele disciplinei

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Disciplina urmărește înțelegerea și aprofundarea proceselor de comunicare internă din cadrul organizațiilor, cu accent pe rolul lor în consolidarea climatului și culturii organizaționale. Scopul general este de a dezvolta la studenți o viziune teoretică și practică asupra strategiilor de comunicare care sprijină cooperarea, prevenirea și soluționarea conflictelor. Prin studiul acestei discipline, studenții își formează capacitatea de a aplica metode moderne de ascultare activă, negocieră și mediere pentru optimizarea relațiilor interumane în organizații.
7.2. Obiectivele specifice	- Însușirea conceptelor fundamentale privind comunicarea internă, climatul și cultura organizațională. - Dezvoltarea abilităților de aplicare a tehnicilor gordoniene și a practicilor restorative pentru prevenirea și gestionarea conflictelor. - Exersarea competențelor de ascultare activă, utilizarea „mesajelor-I” și formularea soluțiilor constructive în situații organizaționale. - Dobândirea capacității de a adapta limbajul și strategiile de comunicare la diverse contexte organizaționale și la diferite tipuri de echipe. - Formarea unei atitudini responsabile și reflexive în promovarea transparenței, colaborării și respectului reciproc în organizații.

8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Fond de timp alocat / Observații
1. Introducere generală. Psihologia umanistă: Carl Rogers și Thomas Gordon. <i>Restorative Justice</i> : medierea și facilitarea	Expunere și problematizare Curs interactiv, cu jocuri de rol și personificări	2 ore
2. Ascultarea activă		2 ore
3. Ascultarea activă		2 ore
4. Parentingul gordonian. „Mesaje-I”		2 ore
5. Parentingul gordonian. „Mesaje-I”		2 ore
6. Rezolvarea conflictelor		2 ore

7. Strategii în negocierea managerială. Modelul lui Gordon.		2 ore
8. Strategii în negocierea managerială. Modelul lui Gordon.		2 ore
9. Strategii în negocierea managerială. Modelul lui Gordon.		2 ore
10. <i>Restorative Justice</i> : medierea. Obiectivele si principiile medierii si facilitării		2 ore
11. <i>Restorative Justice</i> : medierea. Obiectivele si principiile medierii si facilitării		2 ore
12. Tehnici pentru explorarea problemei și a intereselor părților. Tehnici de generare a variantelor de soluții în negocierea cooperantă		2 ore
Bibliografie Kósa, István: <i>Szervezeti- és belső kommunikáció</i> (Comunicare în organizații și comunicare internă) – note de curs online puse la dispoziția studenților pe Classroom-ul disciplinei, 2024, 54 pagini Gordon, Thomas: <i>Vezetői Eredményesség Tréning: V. E. T.: a fejlett világ vezetési gyakorlata a XXI.sz. kezdetén</i> (Training de eficiență managerială). Ed. Assertiv, Budapesta, 2003, 298 pagini Despre metode si practici restorative (2025): http://konszenzus.org/wp-content/uploads/AVR/lecke6_lap1.html Bailie, J. W. (2019, Spring). A science of human dignity: Belonging, voice and agency as universal human needs. <i>IIRP Presidential Paper Series, 1</i> , paginile 1–16. https://www.iirp.edu/pps1		
8.2. Seminar	Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații
8.3. Laborator	Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații
1. Ascultarea activă. Ședința de confruntare.	Problematizare și jocuri de rol	2 ore
2. Limbajul negociatorilor ca o soluție de tip „câștig – câștig”.		2 ore
3. „Mesaje-I” în cadrul organizațiilor		2 ore
4. Mesaje la persoana a II-a versus mesaje la persoana I		2 ore
5. Tehnici pentru explorarea problemei și a intereselor părților		2 ore
6. Tehnici de generare a variantelor de soluții în negocierea cooperantă		2 ore
7. Rezolvarea conflictelor. Etape: etapa de diferențiere, de integrare și de urmărire		2 ore
8. Rezolvarea conflictelor pe baza principiului „avantajului reciproc”. Cum funcționează Metoda III în organizații?		2 ore
9. Rolul ședințelor în negocierea managerială. Tipuri de ședințe. Cum să devenim mai eficienți în cadrul întrunirilor?		2 ore
10. Rolul ședințelor în negocierea managerială. Tipuri de ședințe. Cum să devenim mai eficienți în cadrul întrunirilor?		2 ore
11. Strategii în negocierea managerială. Modelul lui Gordon. Instrumente utile in negocierea managerială după Gordon. Harta conflictului		2 ore
12. Strategii în negocierea managerială. Modelul lui Gordon. Instrumente utile in negocierea managerială după Gordon. Harta conflictului		2 ore
Bibliografie Gordon Training International (2025): http://www.gordontraining.com Free Workplace Resources (2025): http://www.gordontraining.com/freeleadershipadvice.html Free Parent Advice Resources (2025): http://www.gordontraining.com/freeparentingadvice.html		

Free School Resources (2025): <http://www.gordontraining.com/freeteachingadvice.html>

8.4. Proiect	Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații
8.5. Practica	Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații

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

Conținutul disciplinei este în concordanță cu ceea ce se predă în alte centre universitare din țară și din străinătate și cu misiunea și obiectivele specializării, fiind conceput astfel, încât să asigure o pregătire sistematică a studenților și, în același timp, să evite suprapunerile în ceea ce privește conținutul tematic al disciplinelor. În ceea ce privește adaptarea la cerințele pieței muncii a conținutului disciplinei au avut loc întâlniri cu reprezentanți de specialitate.

10. Evaluare

A. Condiții de îndeplinit pentru prezentarea la evaluare:

Promovarea laboratorului este condiție pentru prezentarea la evaluarea finală.

B. Criterii, metode și ponderi în evaluare:

Tip activitate		10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs		- Gradul de înțelegere și reproducere a conceptelor fundamentale privind comunicarea internă, climatul și cultura organizațională. - Capacitatea de explicare și argumentare a modelelor teoretice (Rogers, Gordon, Restorative Justice). - Coerența și claritatea răspunsurilor la examen.	Examen oral	100%
10.5.	Seminar			
	Laborator	- Participarea activă la discuții, exerciții și jocuri de rol. - Aplicarea corectă a tehnicilor gordoniene și a metodelor restorative în studii de caz și simulări. - Capacitatea de colaborare în echipă și formularea de soluții constructive în cadrul activităților practice.	Evaluare pe parcurs	Admis/respins
	Proiect			
	Practică	-		

10.6. Standard minim de performanță

Pentru obținerea notei de promovare, studentul trebuie să cunoască noțiunile fundamentale ale comunicării interne și principiile de bază a modelului gordonian. De asemenea, trebuie să demonstreze înțelegerea tehnicilor elementare de ascultare activă și a pașilor principali în rezolvarea conflictelor organizaționale.

Data completării:
02.09.2025.

Semnătura titularului disciplinei
Conf. univ. dr. Kósa István

Semnătura titularului/rilor de aplicații
Conf. univ. dr. Kósa István

Data avizării în departament
08. 09. 2025.

Semnătura directorului de departament
Prof. univ. dr. Nistor Laura

Semnătura responsabilului programului de studii
Conf. univ. dr. Kósa István

FIȘA DISCIPLINEI
pentru anul universitar 2025/26

Aprobat prin decizia Consiliului
Facultății nr. 1013/10.09.2025

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Sapientia din Cluj-Napoca
1.2. Facultatea/ DSPP	Facultatea de Științe Economice, Socio-Umane și Inginerești, Miercurea Ciuc
1.3. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.4. Ciclul de studii	Licență
1.5. Programul de studiu	Comunicare și relații publice
1.6. Calificarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.0. Departamentul				Departamentul de Științe Sociale			
2.1. Denumirea disciplinei				Elaborarea de produs de RP			
2.2. Tip activitate				Asistat integral	Asistat parțial:		Neasistat
				-	-		-
2.3. Titularul disciplinei /Titularul cursului				Conf. univ. dr. Hubbes László			
2.4. Titularul(ii) activităților de			seminar	Conf. univ. dr. Hubbes László			
			laborator	-			
			proiect	-			
2.5. Anul de studiu	III	2.6. Semestrul	6	2.7. Forma de verificare	E	2.8. Tipul disciplinei	DOB
2.9. Categoria formativă	DS	2.10 Categoria disciplinei	DS	2.11. Codul disciplinei	CBPK0871		

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	4	Din care: 3.2. curs	3	3.3. <u>seminar</u>	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	60	Din care: 3.5. curs	36	3.6. seminar	24
3.7. Numărul de puncte de credit conform planului de învățământ					4
3.8. Total ore pe semestru					112
3.9. Total ore studiu individual					52
3.10. Distribuția fondului de timp:					ore
a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					20
b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					20
c) Pregătire seminarii, teme					10
d) Tutoriat					
e) Examinări					2
f) Alte activități:					

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	-
4.2 de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 De desfășurare a cursului	Sală de curs, dotată cu videoproiector, tablă, lumină artificială și naturală
5.2 De desfășurare a seminarului	Sală de seminar dotată cu videoproiector sau tablă smart.

6. Competențele specifice acumulate

Cunoștințe	Studentul/Absolventul: - C.3.1. distinge între diferite tipuri de conținuturi și moduri de expresie (text, fotografie, audio, video) și tipuri de canale media: presa tipărită, televiziunea, radioul, cinematografia, presa online, platformele digitale, aplicațiile mobile; - C.3.2. indică norme gramaticale care reglementează formularea de enunțuri, expresii și ortografierea cuvintelor. - C.3.3. identifică tehnici de redactare sau structurarea a conținutului (narative, descriptive, expozitive, argumentative sau persuasive) și principii de retorică sau compunere a mesajelor ce vizează îmbunătățirea capacității scriitorilor și vorbitorilor de a informa, convinge sau motiva publicul; - C.3.4. distinge caracteristicile și funcționarea programelor software pentru sarcini de birou, cum ar fi prelucrarea textului, foi de calcul, prezentări, e-mail și baze de date, sisteme de gestiune de conținut, programe destinate editării, structurării conținutului destinat publicării sau difuzării.
Aptitudini	Studentul/Absolventul: - A.3.1. aplică practici de producție potrivite pentru diferite tipuri de conținuturi și moduri de expresie (text, fotografie, audio, video) și tipuri de canale media: presa tipărită, televiziunea, radioul, cinematografia, presa online, platformele digitale, aplicațiile mobile; - A.3.2. aplică norme de ortografie și gramatică care reglementează formularea de enunțuri sau expresii și ortografierea cuvintelor, asigurând coerența și claritatea în textele redactate sau editate în contexte profesionale; - A.3.3. aplică principii de retorică sau compunere a mesajelor ce vizează îmbunătățirea capacității scriitorilor și vorbitorilor de a informa, convinge sau motiva publicul; - A.3.4. utilizează aplicații software pentru compunerea, editarea, formatarea și oricărui tip de material scris sau compunerea și editarea de materiale audiovizuale.
Responsabilitate și autonomie	Studentul/Absolventul: - R.3.1. produce un conținut sau produs media în vederea difuzării/publicării pe unul sau mai multe canale sau platforme, utilizând media (text, fotografie, audio, video) separat sau în conjuncție în contextul realizării unui proiect profesional; - R.3.2. redactează și editează texte originale de natură creativă, jurnalistice, promoționale, publicitare, de promovare instituțională, funcționale, tehnice sau academice.

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Familiarizarea studenților cu domeniul elaborării produselor RP
7.2 Obiectivele specifice	Să înțeleagă specificul domeniului vizual de comunicare în PR și publicitate ; Să se familiarizeze cu principalele tehnici, practici și concepte utilizate în procesul de realizare a unui produs de RP și de publicitate; să asimileze cunoștințele de bază în utilizarea echipamentelor și a programelor

	de lucru din domeniul creației vizuale publicitare; să înțeleagă importanța și logica fluxului de producție de imagine vizuală în domeniul publicității.
--	--

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații
1-2. Utilizarea multimedia în realizarea produsului de relații publice	Dezbateri. Exemplificări ale utilizării multimedia	6 ore
3-4. Tipuri de instrumente de creație multimedia - Discuții și dezbateri	Tipuri de instrumente de creație multimedia Discuții și dezbateri	6 ore
5-6. Planificarea etapelor proiectului multimedia ca produs de relații publice	Discuții și dezbateri	6 ore
7-8. Utilizarea obiectelor multimedia (text, sunet, imagine, animație, video) în realizarea produselor de relații publice	Dezbateri, discuții, exemplificări	6 ore
9-10. Produse de PR și publicitate în spațiul Web	Dezbateri, exemplificări de produse de RP	6 ore
11-12. Promovarea produsului de relații publice	Discuții și dezbateri	6 ore

Bibliografie orientativă:

Aczél, Petra (coord.): *Műveljük a médiát!* (Să cultivăm media!), Budapest: Wolters Kluwer, 2015, 293 pagini

Bălășescu, Mădălina: *Manual de producție de televiziune*, Polirom, Iași, 2003, 208 pagini.

Bergström, Bo: *Bevezetés a vizuális kommunikációba* (Introducere în comunicarea vizuala). Ed. Scolar, Budapesta, 2009, 240 pagini.

Hubbes, László Attila (blogul disciplinei): <https://irodeak.wordpress.com/>

Hubbes, Laszlo-Attila: PR kiadványok szerkesztése (Elaborarea de produs de RP) – note de curs online. – note de curs și materiale online - [SZAKDOLGOZATÍRÁS, SZERKESZTÉSTECHNIKÁK ÉS TUDOMÁNYOS ÍRÁSMŰ](#)

Pethő, Ágnes: *Film, kép, nyelv*. (Film, imagine, limbaj). Ed. Scientia, Cuj-Napoca, 2007, 464 pagini.

Potter, James: *Médiaműveltség* (Cultura mediei), Wolters Kluwer, Budapesta, 2015, 517 pagini.

Bibliografie suplimentară:

Bíró, Yvette: *A hetedik művészet: a film formanyelve: a film drámaisága* (Cea de-a șaptea arta. Limbajul formei în film: specificul dramatic al filmului). Ed. Századvég, Budapesta, 1994, 494 pagini.

Joannés, Alain: *Comunicarea prin imagini: cum să-ți pui în valoare comunicarea prin intermediul dimensiunii vizuale*. Polirom, Iași, 2009, 224 pagini.

8.2 Seminar	Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații
1. Importanța și funcțiile comunicării vizuale în publicitate. Compoziția imaginii vizuale. Exemplificări și analize	workshop practic, exerciții practice	2 ore
2. Identificarea și aspectarea unui document multimedia	workshop practic, exerciții practice	2 ore
3. Realizarea textului, sunetului, imaginii, animației și a secvențelor video în multimedia	Exerciții de folosire a diverselor softuri	2 ore
4. Proiectarea și realizarea unui document multimedia	Exerciții de folosire a diverselor softuri	2 ore
5. Fluxul de producție a imaginii fotografice. Aparatul de fotografiat. Reguli de fotografiere	workshop practic, exerciții practice	2 ore
6. Proiect individual: Reportaj / Eseu fotografic	workshop practic, exerciții practice	2 ore
7. Bazele machetării produselor destinate mediului online	Exerciții de folosire a diverselor softuri	2 ore
Proiect individual de realizare / prelucrare / printare a unui material de prezentare / promovare	Exerciții de folosire a diverselor softuri	2 ore
8. Reproducție: scenariu, storyboard, plan de lucru	workshop practic, exerciții practice	2 ore
9. Producție: Proiect individual de filmare	workshop practic, exerciții practice	2 ore
10. Proiect individual de filmare și montaj video, Programul Adobe Premier	workshop practic, exerciții practice	2 ore
11. Post-producția materialului video. Colorizare, editare sunet, lucrul cu text	Exerciții de folosire a diverselor softuri	2 ore
12. Finalizarea proiectului video, formate de export ale materialelor video	workshop practic, exerciții practice	2 ore
Bibliografie orientativă: <i>Film- és médiafogalmak kisszótára.</i> (Dicționarul noțiunilor din domeniul filmului și din media). Ed. Korona Kiadó, Budapesta, 2002, 390 pagini. Samara, Timothy: <i>A grafikai tervezés kézikönyve : elemek, összefüggések és szabályok: ismerd meg a szabályokat, hogy pontosan tudd, mikor térhetsz el tőlük.</i> (Manualul designului grafic: să cunoaștem elementele, legăturile, regulile ca să știm exact când putem să deviem de la acestea) Ed. Scolar, Budapest 2015, 320 pagini. Szondi, Imre: <i>Vizuális nyelv, képi információ: segédkönyv az operatőri munka gyakorlathoz.</i> (Limbaj vizual, informația imaginii: suport la practica muncii cameramanului) Ed. Virágmandula, Pécs 2015, 158 pagini.		

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

- Cursul există în oferta de discipline a altor programe de studii similare din România

- Conținutul disciplinei este în concordanță cu conținutul disciplinelor similare din alte centre universitare.
- Cunoștințele și competențele acumulate corespund cu așteptările angajatorilor cât și asociațiilor profesionale.

10. Evaluare

A. Condiții de îndeplinit pentru prezentarea la evaluare:

Promovarea seminarului este condiție a prezentării la examen.

B. Criterii, metode și ponderi în evaluare:

Tip activitate		10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs		Completitudinea și corectitudinea cunoștințelor. Capacitatea de a defini conceptul de multimedia și aplicațiile practice ale multimedia. Definirea principalelor caracteristici ale diferitelor conținuturi de multimedia.	Examen oral	40%
10.5	Seminar			
	Laborator	Capacitatea de a elabora un produs multimedia. Atitudinea proactivă.	Evaluare pe parcurs	60%
	Proiect			
10.6 Standard minim de performanță				
• Abilitatea de a defini corect conceptele de bază pentru fiecare temă a disciplinei • Activitate la seminarii.				

Data completării
07.09.2025.

Semnătura titularului de curs
Conf. Dr. Hubbes László Attila

Semnătura titularului de seminar
Conf. Dr. Hubbes László Attila

Data avizării în departament
08.09.2025.

Semnătura directorului de departament
Prof. univ. dr. Nistor Laura

Semnătura responsabilului programului de studii
Conf. univ. dr. Kósa István

FIȘA DISCIPLINEI

pentru anul universitar 2025/26

Aprobat prin decizia Consiliului
Facultății nr. 1013/10.09.2025

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Sapientia din Cluj-Napoca
1.2. Facultatea/ DPPD	Facultatea de Științe Economice, Socio-Umane și Inginerești, Miercurea Ciuc
1.3. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.4. Ciclu de studii	Licență
1.5. Programul de studiu	Comunicare și relații publice
1.6. Calificarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.0. Departamentul	Departamentul de Științe Sociale		
2.1. Denumirea disciplinei	Relații publice sectoriale – ONG		
2.2. Tipul activității	Asistat integral	Asistat parțial:	Neasistat
	-	-	-
2.3. Titularul disciplinei /Titularul cursului	Conf. univ. dr. Bakó Rozália Klára		
2.4. Titularul(ii) activităților de	seminar	Asist. univ. dr. Silló Ágota	
	laborator	-	
	proiect	-	
2.5. Anul de studiu	3	2.6. Semestrul	5
		2.7. Forma de verificare	C
		2.8. Tipul disciplinei	DOP
2.9. Categoria formativă	DS	2.10 Categoria disciplinei	DS
		2.11. Codul disciplinei	CBPK0641

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	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	56	Din care: 3.5. curs	28	3.6. seminar	28
3.4.o. Din care online	0	3.5.o. curs	0	3.6. o. seminar	0
3.7. Numărul de puncte de credit conform planului de învățământ ²⁹					4
3.8. Total ore pe semestru					112
3.9. Total ore studiu individual					56
3.10. Distribuția fondului de timp pentru studiu individual:					ore
a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					22
b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					20
c) Pregătire seminarii, teme					10
d) Tutoriat					2
e) Examinări					2

²⁹ 1 credit este corespunzător cu 28 ore de studiu

f) Alte activități	
--------------------	--

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	-
4.2. de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului	Sală de curs prevăzută cu tehnică digitală.
5.2. De desfășurare a seminarului	Sală de seminar prevăzută cu tehnică digitală.

6. Rezultate ale învățării

Cunoștințe	C.4.2. Studentul/Absolventul diferențiază între probleme sau formulări descriptive și probleme sau formulări prescriptive în contextul evaluării afirmațiilor în comunicarea profesională. C.5.1. Studentul/Absolventul identifică modele utilizate pentru luarea deciziilor etice sau raționamente morale în problemele din domeniul comunicării. C.6.2. Studentul/Absolventul diferențiază între strategiile și design-urile de comunicare specifice diferitelor contexte de comunicare organizaționale sau situaționale (comunicarea în situații de risc, în situații de criză, pentru producția schimbării sociale, pentru elaborarea politicilor publice, a politicilor interne etc.).
Aptitudini	A.4.4. Studentul /Absolventul interpretează valorile și mesajele ideologice și culturale încorporate în produsele media. A.5.1. Studentul /Absolventul aplică modele pentru luarea deciziilor etice sau raționamente morale și principiile deontologice sau normele etice care stau la baza organizării și funcționării activităților specifice domeniului științe ale comunicării și modului de organizare a profesiei în probleme din domeniul comunicării, în crearea și distribuirea conținutului pe canale media publice și private.
Responsabilitate și autonomie	R.7.3. Studentul /Absolventul colaborează cu alte persoane în cadrul unor echipe pentru a rezolva probleme profesionale specifice. R.7.4. Studentul /Absolventul planifică/își asumă și respectă termene strânse pentru a realiza sarcini sau proiecte profesionale. R.7.5. Studentul /Absolventul demonstrează sensibilitate interculturală participând în comunități și rețele diferite.

7. Obiectivele disciplinei

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Cunoașterea conceptelor de bază ale organizațiilor nonprofit, în contextul transformărilor rapide ale societății organizaționale contemporane. Înțelegerea importanței societății civile și a voluntariatului pentru o societate stabilă și funcțională. Formarea unei atitudini prosoziale pentru o responsabilizare adecvată.
7.2. Obiectivele specifice	Înțelegerea rolului specific pe care organizațiile nonprofit îl joacă în spațiul organizațional. Dezvoltarea atitudinii civice pentru o implicare activă și responsabilă în viața comunității.

8. Conținuturi

8.1. Curs		Metode de predare	Fond de timp alocat / Observații
1	1.1. Clarificarea conceptelor: organizațiile guvernamentale, de afaceri și ONG 1.2. Rolul catalizator al organizațiilor neguvernamentale în societatea contemporană	Prelegere, problematizare, explicație	2 ore
2	1.1. Organizațiile nonprofit în context mondial, național și regional: o perspectivă comparativă 2.2. Studiu de caz: analiza a zece organizații nonprofit de mediu din Olanda și din România	Explicație, prezentare, demonstrație	2 ore
3	3.1. Scurt istoric al organizațiilor nonprofit. Forme premoderne și moderne ale solidarității 3.2. Surse de conflict în lumea organizațiilor neguvernamentale din România post-decembristă	Explicație, prezentare, dezbatere	2 ore
4	4.1. Metode și tehnici de diagnoză a organizațiilor nonprofit 4.2. Analiza factorilor de interes (stakeholder analysis), analiza SWOT	Abordare euristică, problematizare, demonstrație	2 ore
5	5.1. Punctele forte și punctele vulnerabile ale societății civile românești 5.2. Analiza raportului FDSC despre sectorul non-profit românesc (2024)	Abordare euristică, prezentare, problematizare	2 ore
6	6.1. Culturi organizaționale în sectorul ONG: o evaluare după modelul Handy 6.2. Studiu de caz: cultura organizațională în cinci organizații de mediu din România	Explicație, demonstrație, studiu de caz	2 ore
7	7.1. Cultura organizațională a societății civile locale 7.2. Completarea chestionarului de cultură organizațională Roger Harrison Associates. Discutarea rezultatelor	Abordare euristică, prezentare, problematizare	2 ore
8	8.1. Cadrul juridic și social în care evoluează organizațiile nonprofit în România 8.2. Managementul resurselor în ONG: umane, financiare, informaționale, realizări și provocări	Explicație, prezentare, problematizare	2 ore
9	9.1. Comunicarea internă și comunicarea externă a organizațiilor nonprofit 9.2. Impactul digitalizării asupra organizațiilor neguvernamentale	Explicație, demonstrație, studiu de caz	2 ore
10	10.1. Organizația zilei de mâine: evoluția structurală și funcțională a ONG 10.2. Studii de caz: organizații de succes locale, naționale și internaționale	Abordare euristică, problematizare, demonstrație	2 ore
11	11.1. Vizită la o organizație nonprofit locală: istoric, activități, provocări, planuri de viitor 11.2. Discuție cu actorii cheie ai organizației	Explicație, demonstrație, studiu de caz	2 ore
12	12.1. Vizionarea unui film despre o campanie de succes în domeniul nonprofit 12.2. Evaluarea scrisă a filmului de către studenți	Explicație, prezentare, dezbatere	2 ore

13	13.1. Indicații privind analiza unei organizații nonprofit 13.2. Exercițiu de analiză și interpretare a datelor	Explicație, demonstrație, studiu de caz	2 ore
14	14.1. Valorile organizaționale ale sectorului nonprofit 14.2. Rolul formativ al voluntariatului. Concluziile cursului	Explicație, demonstrație, dezbateri	2 ore
Bibliografie Bakó, R.K. <i>Organizațiile neguvernamentale ca factori catalizatori ai participării</i>. Cluj-Napoca: Presa Universitară Clujeană, 2007, 151 pagini. Bakó, R.K., Silló, Á. (coord..) <i>Nonprofit szervezetek (Organizații nonprofit)</i>. Ed. T3, Sfântu Gheorghe, Ebook, 2024 https://tananyag.wordpress.com/wp-content/uploads/2025/05/bako-sillo_nonprofit-szervezetek_2024.pdf Bakó, R.K. (coord.). <i>Szervezet, kultúra, kommunikáció (Organizații, cultură, comunicare)</i>. Ed. T3, Sfântu Gheorghe, Ebook, 2024. https://tananyag.wordpress.com/wp-content/uploads/2024/12/studium_szervezet.pdf Vlăsceanu, M. <i>Organizații și comportament organizațional</i>. Polirom, Iași 2003, 168 pagini. Voicu, B. (coord.) <i>România 2024. Sectorul neguvernamental. Profil, tendințe, provocări</i>. București: Fundația pentru Dezvoltarea Societății Civile, 2024, https://www.fdsc.ro/wp-content/uploads/2024/04/STUDIU-INTEGRAL_Romania-2024.Sectorul-neguvernamental.pdf			
8.2. Seminar		Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații
1	Rolul catalizator al organizațiilor neguvernamentale în societatea contemporană	Brainstorming, discuții în grupuri mici	2 ore 2 ore
2	Studiu de caz: analiza a două organizații nonprofit din România / Ungaria	Muncă în grup, studii de caz, prezentări	2 ore 2 ore
3	Forme premoderne și moderne ale solidarității și carității	Muncă în grup, dezbateri, prezentări.	2 ore 2 ore
4	Analiza factorilor de interes (stakeholder analysis) a unei organizații nonprofit	Demonstrație prezentări, discuții în grupuri mici	2 ore 2 ore
5	Punctele forte și punctele vulnerabile ale societății civile românești	Chestionar, discuții în grupuri mici, prezentări.	2 ore 2 ore
6	Studiu de caz: voluntariat în două organizații de nonprofit din România	Explicație, studiu de caz, discuții	2 ore 2 ore
7	Vizită la o organizație nonprofit locală Prezentările finale ale studenților	Demonstrație, prezentări, discuții	2 ore 2 ore
Bibliografie Bakó R.K., Silló, Á. (coord..) <i>Nonprofit szervezetek (Organizații nonprofit)</i>. Ed. T3, Sfântu Gheorghe, Ebook, 2024 Bakó, R.K. (coord.). <i>Szervezet, kultúra, kommunikáció (Organizații, cultură, comunicare)</i>. Ed. T3, Sfântu Gheorghe, Ebook, 2024. Daczó, K. <i>Civilek Székelyföldön (Societatea civilă din Secuime)</i>. Ed. MIÉRT, Miercurea Ciuc, 2008, Ebook Silló, Á. <i>Az önkéntes menedzsment megvalósulása a székelyföldi civil-nonprofit szervezeteknél, valamint a közintézményeknél (Managementul voluntarilor în Secuime). Önkéntes Szemle</i>, 2023, https://real.mtak.hu/167076/t			

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

Disciplina abordează tematica organizațiilor nonprofit în contextul celor mai actuale dezbateri din spațiul public și din mediul academic, cu aplicații directe pe piața muncii. Temele luate în discuție se raliază la standardele academice naționale și internaționale privind voluntariatul, responsabilitatea socială și sectorul societății civile.

10. Evaluare

A. Condiții de îndeplinit pentru prezentarea la evaluare:

Participarea la 60% din activitățile de seminar. Promovarea seminarului.

B. Criterii, metode și ponderi în evaluare:

Tip activitate		10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs		Capacitatea de conceptualiza și operaționaliza cele mai relevante teme de dezbateri din domeniul organizațiilor nonprofit	Colocviu	50%
10.5.	Seminar	Capacitatea de a prezenta în mod coerent atât teoretic, cât și practic-aplicativ problematica ONG	Evaluare sumativă la ultimul seminar	50%
	Laborator	-		
	Proiect	-		
	Practică	-		
10.6. Standard minim de performanță				
Capacitatea de a analiza critic și pertinent o organizație nonprofit pe baza metodologiilor studiate.				

Data completării

05.09.2025

Semnătura titularului disciplinei

Conf. univ. dr. Bakó Rozália Klára

Semnătura titularului/rilor de aplicații

Asist. univ. dr. Silló Agota

Data avizării în departament

08.09.2025

Semnătura directorului de departament

Prof. univ. dr. Nistor Laura

Semnătura responsabilului programului de studii

Conf. Univ. Dr. Kósa István

FIȘA DISCIPLINEI
pentru anul universitar 2025/26

Aprobat prin decizia Consiliului
Facultății nr. 1013/10.09.2025

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Sapiientia din Cluj-Napoca
1.2. Facultatea/ DPPD	Științe Economice, Socio-Umane și Inginerești din Miercurea Ciuc
1.3. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.4. Ciclul de studii	Licență
1.5. Programul de studiu	Comunicare și relații publice
1.6. Calificarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.0. Departamentul				Departamentul de Științe Sociale			
2.1. Denumirea disciplinei				Gândire critică			
2.2. Tipul activității				Asistat integral	Asistat parțial:		Neasistat
2.3. Titularul disciplinei /Titularul cursului				Lect. univ. dr. Tamás Dénes			
2.4. Titularul(ii) activităților de			seminar	Lect. univ. dr. Tamás Dénes			
			laborator				
			proiect				
2.5. Anul de studiu	III.	2.6. Semestrul	5.	2.7. Forma de verificare	E	2.8. Tipul disciplinei	DOB
2.9. Categoria formativă	DD	2.10 Categoria disciplinei	DD	2.11. Codul disciplinei	CBHF0081		

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	3	Din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar	1
3.4. Total ore din planul de învățământ	42	Din care: 3.5. curs	28	3.6. seminar	14

3.4.o Din care online		3.5.o. curs		3.6. o. seminar	
-----------------------	--	-------------	--	-----------------	--

3.7. Numărul de puncte de credit conform planului de învățământ ³⁰	6
3.8. Total ore pe semestru	168
3.9. Total ore studiu individual	126
3.10. Distribuția fondului de timp pentru studiu individual:	ore
a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	50
b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	50
c) Pregătire seminarii, teme	20
d) Tutoriat	3
e) Examinări	3
f) Alte activități:	

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Nu se aplică.
4.2. de competențe	Nu se aplică.

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului	Sală de curs dotată cu videoproiector și cu acces internet.
5.2. De desfășurare a seminarului	Sală de seminar dotată cu videoproiector și cu acces internet.

6. Rezultate ale învățării

Cunoștințe	C.4.1. Studentul clasifică diferitele surse de informare în diferite categorii (cum ar fi date primare și secundare) și pe baza conținutului acestora, a caracteristicilor materiale, a autorilor etc. C.4.2. Studentul diferențiază între probleme sau formulări descriptive și probleme sau formulări prescriptive în contextul evaluării afirmațiilor în comunicarea profesională; C.4.3. Studentul diferențiază între tipuri de narațiuni, tipuri de raționamente, elemente de logică, teoria argumentării și retorică sau discurs public pentru a clasifica perspective diferite, respectiv evalua argumente în contextul comunicării profesionale.
Aptitudini	A.4.1. Studentul aplică procese pentru verificarea unor informații în contextul comunicării profesionale. A.4.2. Studentul descoperă erori în argumentație, cadre sau scheme de interpretare distincte oferite de diferite surse în contextul comunicării profesionale.

³⁰ 1 credit este corespunzător cu 28 ore de studiu

Responsabilitate și autonomie	R.4.3. Studentul analizează critic evenimentele curente în politică, economie, comunitățile sociale, sectoarele culturale, pe plan internațional și în sport, precum și tendințele culturale populare, cum ar fi cultura pop și argoul cultural și social și mesajele publice ale persoanele de pe rețelele de socializare / platformele digitale.
--------------------------------------	--

7. Obiectivele disciplinei

7.1. Obiectivul general al disciplinei	• Însușirea și exersarea tehnicilor de argumentare și tehnicilor de dezbateri în diferite formate.
7.2. Obiectivele specifice	• Înțelegerea principiilor și a normelor ce stau la baza unei dezbateri civilizate, eficiente: conținut informațional bogat, prezentat corect și convingător • Însușirea practicării coerenței logice a argumentării, capacitatea de a construi argumente și contraargumente, capacitatea de reacție la argumentele adversarului, capacitatea de a sintetiza dezbateri, capacitatea de a prezenta în mod persuasiv propriile argumente. Cunoașterea formelor și regulilor elementare ale logicii și aplicarea lor în diferite forme ale argumentării.

8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Fond de timp alocat / Observații
1. Introducere, importanța gândirii critice	Prelegere, prezentare power-point, scurt film, demonstrație	2 ore
2. Importanța argumentării		2 ore
3. Ce este argumentarea?		2 ore
4. Logica formală		2 ore
5. Formele logice: noțiunea		2 ore
6. Definiția		2 ore
7. Propozițiile categorice		2 ore
8. Silogisme		2 ore
9. Logica informală		2 ore
10. Structura argumentării		2 ore
11. Evaluarea argumentelor		2 ore
12. Tipurile argumentelor		2 ore
13. Erorile de argumentare		2 ore
14. Argumentare eficientă		2 ore
Bibliografie obligatorie: Bakó, Rozália Klára (szerk.) <i>Érveléstechnika. Olvasmányok, szabályzatok.</i> (Tehnici de argumentare. Lecturi, reguli). Sapiientia EMTE, Miercurea Ciuc, 2009 [pdf] Bognár, László – Forrai, Gábor. <i>Esszéírás és informális logika.</i> (Scrierea eseului și logica informală) Ed: Bölcsész Konzorcium, Miskolc, 2004, [online html]		

Pléh, Csaba – Nyíri, Kristóf (szerk.). *A tények utáni világ mítosza* (szerk.), Ed. Gondolat Kiadó, Budapest, 2022, <https://real.mtak.hu/193159/2/920.pdf>

Bibliografie opțională:

Jalobeanu, D.: *Gândire critică și teoria argumentării*, n.d., 63 pagini. Scribd Nr. 16819450 [\[online pdf\]](#)

Margitay, T.: *Az érvelés mestersége*. (Arta argumentării). Ed. Typotex, Budapest, 2007, p. 637, selecție de pagini. [\[google books\]](#)

Templar, R.: *A gondolkodás szabályai*, Ed. Scolar Kiadó, Budapest, 2020, <https://www.scolar.hu/custom/scolar/image/data/belelapozopdf/2020/A%20gondolkodas%20szabalyai%20BELEOLVASO.pdf>

Zentai, I. *A meggyőzés útjai*. (Modalități de persuasiune). Ed: Neumann Kht., Budapest, 2004, 210 pagini [\[online html\]](#)

8.2. Seminar	Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații
1. Introducere, clarificări conceptuale	Brainstorming, dezbateri, vizionare filme, atelier, analize de text	2
2. Vizionarea unui film. (12 Angry Man)		2
3. Simularea unei dezbateri (exercițiu frontal evaluat în grupuri mici)		2
4. Simularea unei dezbateri (exercițiu frontal evaluat în grupuri mici)		2
5. Elaborarea unui sistem de argumentare (Exerciții în grupuri mici. Argumentare și contraargumentare)		2
6. Formate de dezbateri academice (Exerciții în grupuri mici în formatul de dezbateri Karl Popper)		2
7. Simularea unei dezbateri tip Karl Popper (Prezentare și evaluare.)		2

Bibliografie

Bakó, Rozália Klára (szerk.) *Érveléstechnika. Olvasmányok, szabályzatok*. (Tehnici de argumentare. Lecturi, reguli). Sapientia EMTE, Miercurea Ciuc, 2009 [\[pdf\]](#)

Margitay, T.: *Az érvelés mestersége*. (Arta argumentării). Ed. Typotex, Budapest, 2007, p. 637, selecție de pagini. [\[google books\]](#)

Zentai, I. *A meggyőzés útjai*. (Modalități de persuasiune). Ed: Neumann Kht., Budapest, 2004, 210 pagini [\[online html\]](#)

8.3. Laborator	Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații
-		

Bibliografie		
8.4. Proiect	Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații
-		
Bibliografie		
8.5. Practica	Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații
-		
Bibliografie		

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

Disciplina este în concordanță prin conținut cu teoriile și practicile moderne de debate și argumentare, acest lucru a fost verificat prin compararea temelor de curs cu cele predate în alte universități din România, Ungaria.

10. Evaluare

A. Condiții de îndeplinit pentru prezentarea la evaluare:

Prezență la 70% din seminarii.

B. Criterii, metode și ponderi în evaluare:

Tip activitate		10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs		Cunoașterea abilităților de bază ale argumentării. Capacitatea de a elabora o argumentare conform temelor discutate la curs. Logica și temeinicia argumentării.	Examen scris	70%
10.5.	Seminar	Realizarea unui sistem complex de argumentare în formă scrisă. Complexitatea și logica argumentării.	Evaluare sumativă la ultimul seminar.	30%
	Laborator			
	Proiect			
	Practică			

10.6. Standard minim de performanță

- Cunoașterea formelor de bază ale logicii formale și informale
- Alcătuirea unei argumentări pe baza cunoștințelor de bază.

Data completării:
05.09.2025

Semnătura titularului disciplinei
Lect. univ. dr. Tamás Dénes

Semnătura titularului/rilor de aplicații
Lect. univ. dr. Tamás Dénes

Data avizării în departament
08.09.2025

Semnătura directorului de departament
Prof. univ. dr. Nistor Laura

Semnătura responsabilului programului de studii
Conf. univ. dr. Kósa István

FIȘA DISCIPLINEI

pentru anul universitar 2025/26

Aprobat prin decizia Consiliului
Facultății nr. 1013/10.09.2025

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Sapientia din Cluj-Napoca
1.2. Facultatea/ DSPP	Facultatea de Științe Economice, Socio-Umane și Inginerești, Miercurea Ciuc
1.3. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.4. Ciclul de studii	Licență
1.5. Programul de studiu	Comunicare și relații publice
1.6. Calificarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.0. Departamentul				Departamentul de Științe Sociale			
2.1. Denumirea disciplinei				Organizarea de evenimente			
2.2. Tip activitate				Asistat integral	Asistat parțial:		Neasistat
				-	-		-
2.3. Titularul disciplinei /Titularul cursului				Conf. univ. dr. Hubbes László			
2.4. Titularul(ii) activităților de			seminar	-			
			laborator	Conf. univ. dr. Hubbes László			
			proiect	-			
2.5. Anul de studiu	III	2.6. Semestrul	5	2.7. Forma de verificare	E	2.8. Tipul disciplinei	DOB
2.9. Categoria formativă	DS	2.10. Categoria disciplinei	DS	2.11. Codul disciplinei	CBPK0751		

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. laborator	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	56	Din care: 3.5. curs	28	3.6. laborator	28
3.7. Numărul de puncte de credit conform planului de învățământ					6
3.8. Total ore pe semestru					168
3.9. Total ore studiu individual					112
3.10. Distribuția fondului de timp:					ore
a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					30
b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					60
c) Pregătire laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					10
d) Tutoriat					
e) Examinări					2
f) Alte activități: practică: participare în organizare de evenimente					10

4. Precondiții(acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	
4.2. de competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului	- conexiune internet, display interactiv
5.2. De desfășurare a laboratorului	- conexiune internet, display interactiv

6. Competențele specifice acumulate

Cunoștințe	Studentul/Absolventul: C.6.1. identifică principiile relațiilor publice și managementului reputației și factorii de influență asupra percepțiilor părților interesate sau asupra categoriilor de public în raport cu o organizație, cu marca (brandul) acesteia sau în raport cu o persoană;
Aptitudini	A.2.3. adaptează mesajele la diverse situații și categorii sau segmente de public în contextul comunicării profesionale. A.6.1. evaluează percepția publică, participă în rețele profesionale și inițiază conversații în raport cu o persoană publică, o organizație sau o marcă (brand) A.7.3. utilizează persoanele de contact pentru obținerea de informații sau avantaje reciproce în context profesional
Responsabilitate și autonomie	R.4.3. analizează critic evenimentele curente în politică, economie, comunitățile sociale, sectoarele culturale, pe plan internațional și în sport, precum și tendințele culturale populare, cum ar fi cultura pop și argoul cultural și social și mesajele publice ale persoanele de pe rețelele de socializare / platformele digitale cele mai utilizate în contextul său socio-cultural și profesional. R.7.1. inițiază legături cu alte persoane și colaborează cu acestea direct sau prin intermediul instrumentelor digitale; R.7.3. colaborează cu alte persoane în cadrul unor echipe pentru a rezolva probleme profesionale specifice; R.7.4. planifică/își asumă și respectă termene strânse pentru a realiza sarcini sau proiecte profesionale; R.7.5. demonstrează sensibilitate interculturală participând în comunități și rețele diferite

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

7.1. Obiectivul general al disciplinei	- Cunoașterea și aplicarea teoriilor și practicilor în domeniul organizării de evenimente. Formarea viitorilor manageri de evenimente profesionali răspunzând cerințelor pieței specific, - Capacitatea de a utiliza instrumentele de comunicare strategic în planificarea și organizarea evenimentelor, în relații publice, administrație și mass media.
7.2. Obiectivele specifice	La terminarea cursului, studenții trebuie să poată elabora un proiect

	de eveniment și un plan operațional, cu evaluarea unui buget realist, să creeze un concept creativ și un scenariu adecvat; să identifice și să utilizeze cele mai bune metode de promovare, respectiv să evalueze, să analizeze rezultatele organizării unui eveniment.
--	---

8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Fond de timp alocat / Observații
1. Curs introductiv. Inventarierea cunoștințelor și experiențelor preliminare 1.1. Prezentarea modului de desfășurare a cursului, cerințele pentru evaluare 1.2. Introducerea conceptelor de organizarea evenimentelor	Curs bazat pe prelegere orală, metode euristice, interactive cu studenții <i>Cursul va avea și o platformă online – Google Classroom / Google Meet</i>	2 ore
2. Tipuri de evenimente, elementele organizării de evenimente	Curs bazat pe prelegere orală, metode euristice, interactive cu studenții	2 ore
3. Procesul organizării de evenimente 3.1 Fazele planificării: concepția și elaborarea proiectului, elaborarea planului de acțiune 3.2 Fazele desfășurării 3.3 Evaluarea ulterioară	Curs bazat pe prelegere orală, metode euristice, interactive cu studenții	2 ore
4. Identificarea grupului țintă, poziționarea evenimentelor și evaluarea situației	Curs bazat pe prelegere orală, metode euristice, interactive cu studenții	2 ore
5. Programarea: planificarea temporală 5.1 sincronizarea calendaristică 5.2 eșalonarea acțiunilor	Curs bazat pe prelegere orală, metode euristice, interactive cu studenții	2 ore
6. Locația evenimentelor 6.1 alegerea locației 6.2 probleme de logică 6.3 spațiile desfășurării evenimentului	Curs bazat pe prelegere orală, metode euristice, interactive cu studenții	2 ore
7. Cazare și ospitalizare, recepție 7.1 primirea oaspeților 7.2 întrebări legate de cazare 7.3 dineuri, mese, catering	Curs bazat pe prelegere orală, metode euristice, interactive cu studenții	2 ore
8. Elaborarea bugetului evenimentului	Curs bazat pe prelegere orală, metode euristice, interactive cu studenții	2 ore
9. Fondul juridic al evenimentului (aprobări, avize, parteneriate)	Curs bazat pe prelegere orală, metode euristice, interactive cu studenții	2 ore

10. Posibilități de programe special adaptate evenimentului	Curs bazat pe prelegere orală, metode euristice, interactive cu studenții	2 ore
11. Sarcinile organizatorice și grupurile de lucru 11.1 Resursele umane 11.2 Delimitarea sarcinilor 11.3 Controlul evenimentelor	Curs bazat pe prelegere orală, metode euristice, interactive cu studenții	2 ore
12. Strategiile de comunicare internă a evenimentelor	Curs bazat pe prelegere orală, metode euristice, interactive cu studenții	2 ore
13. Strategiile de comunicare externă a evenimentelor, elemente de marketing și RP	Curs bazat pe prelegere orală, metode euristice, interactive cu studenții	2 ore
14. Curs final, recapitulative 14.1. Tipuri complexe de evenimente: festivalurile, târgurile 14.2. Recapitularea principalelor teme, retorica digitală și noile retorici, abordări teoretice și practice Pregătirea examenului.	Curs bazat pe prelegere orală, metode euristice, interactive cu studenții	2 ore

Bibliografie:

ALLEN, Judy: *A rendezvényszervezés nagykönyve. Események szervezése és menedzselése – kezdőknek és haladóknak* (Marele manual de organizare a evenimentelor. Organizarea și managementul evenimentelor - pentru începători și avansați). Ed. Akadémiai Kiadó, Budapesta, 2010, 376 pagini. https://mersz.hu/dokumentum/dj82arn_1/

GYARMATI, Ildikó: *Rendezvényszervezési kalauz* (Îndrumar de organizarea evenimentelor). Ed. Athenaeum Kiadó, Budapesta, 2000, 206 pagini.

HUBBES, L. A. (trad. si red.) (2013): Béla Hamvas: *Filosofia vinului*, Curtea Veche: Bucuresti, 2013 - <https://www.scribd.com/doc/299077559/Bela-Hamvas-Filosofia-vinului>

JÁSZBERÉNYI, Melinda – ZÁTORI, Anita – ÁSVÁNYI, Katalin: *Fesztiválturizmus*. (Turismul de festival) Ed. Akadémiai Kiadó, Budapesta, 2016, 381 pagini <https://mersz.hu/jaszberenyi-zatori-asvanyi-fesztivalturizmus/>

KÁDÁR, Magor: *A média, mint partner. Gyakorlati útmutató a médiával való kapcsolattartáshoz*. (Media ca partener. Îndrumar practic pentru relațiile cu media). Ed. Kriterion, Cluj-Napoca, 2007, 228 pagini <https://www.szaktars.hu/kriterion/view/kadar-magor-a-media-mint-partner-gyakorlati-kezikonyv-a-mediaval-valo-kapcsolattartas-modszereiről-2007/?pg=0&layout=s>

OPREA, Dumitru - MESNITA, Gabriela - ALEXA, Marius: *Managementul evenimentelor personale, organizationale, internaționale*, Polirom, Iași, 2016, 248 pagini.

VARGA, Péter: *Rendezvénybiblia – Hogyan szervezz élménydús, kreatív rendezvényt?* (Biblia evenimentelor - Cum sa organizezi evenimente memorabile, creative). Ed. Rendezvénybiblia Kft, Budapesta, 2025, 272 pagini. <https://rendezvenybiblia.hu/rendezvenyatlasz/>

8.3. Laborator	Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații
1. Elaborarea unui plan de evenimente	Studiu de caz	4 ore
2. Concepția și planificarea unui eveniment	Studiu de caz	4 ore
3. Elaborarea unui eveniment universitar	Studiu de caz	4 ore
4. Elaborarea unui eveniment public	Studiu de caz	4 ore
5. Elaborarea unui buget detaliat pentru un eveniment	Studiu de caz	4 ore

6.	Evaluarea unui eveniment // Gestionarea unei situații de criză într-un eveniment	Studiu de caz	4 ore
7.	finalizarea proiectului de organizare a evenimentului de examen comun	Studiu de caz	4 ore
Bibliografie ALLEN, Judy: <i>A rendezvényszervezés nagykönyve. Események szervezése és menedzselése – kezdőknek és haladóknak</i> (Marele manual de organizare a evenimentelor. Organizarea și managementul evenimentelor - pentru începători și avansați). Ed. Akadémiai Kiadó, Budapesta, 2010, 376 pagini. https://mersz.hu/dokumentum/dj82arn_1/ GYARMATI, Ildikó: <i>Rendezvényszervezési kalauz</i> (Îndrumar de organizarea evenimentelor). Ed. Athenaeum Kiadó, Budapesta, 2000, 206 pagini. OPREA, Dumitru - MESNITA, Gabriela - ALEXA, Marius: <i>Managementul evenimentelor personale, organizationale, internaționale</i> , Polirom, Iași, 2016, 248 pagini. VARGA, Péter: <i>Rendezvénybiblia – Hogyan szervezz élménydús, kreatív rendezvényt?</i> (Biblia evenimentelor - Cum sa organizezi evenimente memorabile, creative). Ed. Rendezvénybiblia Kft, Budapesta, 2017, 272 pagini.			

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

Abordarea subiectelor se realizează conform tematizării asociațiilor profesionale din domeniul asociațiilor, organizațiilor de management de evenimente din țară și din străinătate. Am elaborat conținutul disciplinei în așa fel, încât să asigure pregătirea metodică a studenților, luând în considerare cerințele pieței forței de muncă și standardele profesiei.

10. Evaluare

A. Condiții de îndeplinit pentru prezentarea la evaluare:

Prezența la examen este condiționată de prezența la activitățile de laborator și de prezentarea proiectului de grup.

B. Criterii, metode și ponderi în evaluare:

Tip activitate		10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs		Temeinicia cunoașterii teoriilor și practicilor de managementul evenimentelor.	Examen oral	50%
10.5 .	Seminar	-	-	
	Laborator	Aplicarea cu succes a metodologiilor de organizare a evenimentului asupra unui eveniment organizat de către studenți	Evaluare sumativă	50%
	Proiect	-		
	Practică	-		

10.6. Standard minim de performanță
Cunoașterea și aplicarea în practică a noțiunilor de bază referitoare la managementul evenimentelor. Participarea la proiectul de grup.

Data completării:

02.09.2025.

Semnătura titularului disciplinei

Conf. univ. dr. Hubbes László Attila

Semnătura titularului/rilor de aplicații

Conf. univ. dr. Hubbes László Attila

Data avizării în departament

08. 09. 2025.

Semnătura directorului de departament

Prof. univ. dr. Nistor Laura

Semnătura responsabilului programului de studii

Conf. univ. dr. Kósa István

FIȘA DISCIPLINEI

pentru anul universitar 2025/26

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Sapiientia din Cluj-Napoca
1.2. Facultatea/ DPPD	Facultatea de Științe Economice, Socio-Umane și Inginerești, Miercurea Ciuc
1.3. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.4. Ciclul de studii	Licență
1.5. Programul de studiu	Comunicare și relații publice
1.6. Calificarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.0. Departamentul				Departamentul de Științe Sociale							
2.1. Denumirea disciplinei				Redactarea materialelor de relații publice							
2.2. Tipul activității				Asistat integral		Asistat parțial:		Neasistat			
				-		-		-			
2.3. Titularul disciplinei /Titularul cursului				Lect. univ. dr. Székely Kinga Katalin							
2.4. Titularul(ii) activităților de			seminar								
			laborator		Lect. univ. dr. Székely Kinga Katalin						
			proiect		-						
2.5. Anul de studiu		III	2.6. Semestrul		6	2.7. Forma de verificare		E	2.8. Tipul disciplinei		DOB
2.9. Categoria formativă		DS	2.10 Categoria disciplinei		DS	2.11. Codul disciplinei		CBPK0821			

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	5	Din care: 3.2. curs	3	3.3. laborator	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	60	Din care: 3.5. curs	36	3.6. laborator	24
3.4.o Din care online	-	3.5.o. curs	-	3.6. o. laborator	-
3.7. Numărul de puncte de credit conform planului de învățământ ³¹					5
3.8. Total ore pe semestru					140
3.9. Total ore studiu individual					80

³¹ 1 credit este corespunzător cu 28 ore de studiu

3.10. Distribuția fondului de timp pentru studiu individual:	ore
a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	14
b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	20
c) Pregătire laboratoare, teme, referate	40
d) Tutoriat	6
e) Examinări	0
f) Alte activități:	0

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	
4.2. de competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului	Sală de curs dotată cu tablă interactivă, acces la internet.
5.2. De desfășurare a seminarului	Laborator multimedia dotat cu tablă interactivă, acces la internet, calculatoare și software.

6. Rezultate ale învățării

Cunoștințe	Studentul/Absolventul: • C.3.1. distinge între diferite tipuri de conținuturi și moduri de expresie (text, fotografie, audio, video) și tipuri de canale media: presa tipărită, televiziunea, radioul, cinematografia, presa online, platformele digitale, aplicațiile mobile; • C.3.3. identifică tehnici de redactare sau structurarea a conținutului (narrative, descriptive, expozitive, argumentative sau persuasive) și principii de retorică sau compunere a mesajelor ce vizează îmbunătățirea capacității scriitorilor și vorbitorilor de a informa, convinge sau motiva publicul; • C.3.4. distinge caracteristicile și funcționarea programelor software pentru sarcini de birou, cum ar fi prelucrarea textului, foi de calcul, prezentări, e-mail și baze de date, sisteme de gestiune de conținut, programe destinate editării, structurării conținutului destinat publicării sau difuzării.
Aptitudini	Studentul/Absolventul: • A.3.1. aplică practici de producție potrivite pentru diferite tipuri de conținuturi și moduri de expresie (text, fotografie, audio, video) și tipuri de canale media: presa tipărită, televiziunea, radioul, cinematografia, presa online, platformele digitale, aplicațiile mobile; • A.3.4. utilizează aplicații software pentru compunerea, editarea, formatarea și oricărui tip de material scris sau compunerea și editarea de materiale audiovizuale.

Responsabilitate și autonomie	Studentul/Absolventul: • R.3.1. Produce un conținut sau produs media în vederea difuzării/publicării pe unul sau mai multe canale sau platforme, utilizând media (text, fotografie, audio, video) separat sau în conjuncție în contextul realizării unui proiect profesional; • R.3.2. Redactează și editează texte originale de natură creativă, jurnalistice, promoționale, publicitare, de promovare instituțională, funcționale, tehnice sau academice. • R.6.2. redactează comunicate de presă și produce alte materiale de relații publice, respectiv mesaje adaptate la specificul diferitelor canale media și platforme digitale pentru a fi utilizate în contextul comunicării unei persoane publice, organizații sau mărci (brand).
--------------------------------------	--

7. Obiectivele disciplinei

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Formarea competențelor de analiză și sinteză în domeniul conceperii și redactării materialelor de relații publice, prin îmbinarea dimensiunii teoretice cu cea aplicativă, respectiv dezvoltarea capacității de utilizare a principiilor de design grafic, a tipografiei și a teoriei culorii în vederea realizării unor materiale vizuale coerente și eficiente din punct de vedere comunicațional. Prin acest curs, se urmărește cultivarea abilității de a proiecta și integra elemente de identitate vizuală (logo, brand book, tipărituri publicitare, afișe) în cadrul strategiilor de relații publice.
7.2. Obiectivele specifice	• Înțelegerea și aplicarea principiilor de design grafic în conceperea materialelor vizuale utilizate în comunicarea instituțională și organizațională. • Dezvoltarea capacității de a crea și adapta elemente de identitate vizuală (logo, elemente grafice, brand book) în concordanță cu specificul organizațional. • Dobândirea deprinderilor practice necesare conceperii și realizării materialelor tipărite și digitale. • Înțelegerea cadrului legal privind materialele de relații publice

8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Fond de timp alocat / Observații
1. Curs introductiv: Prezentarea disciplinei. Prezentarea modului de desfășurare a cursului, a cerințelor și a modalității de evaluare	Prelegere și discuție interactivă, demonstrație vizuală,	3 ore
2. Principiile designului grafic I.		3 ore
3. Principiile designului grafic II.		3 ore
4. Teoria culorii		3 ore
5. Elemente de bază în creația vizuală		3 ore
6. Tipografia		3 ore
7. Crearea logo-ului și a elementelor vizuale		3 ore
8. Tipărituri publicitare și printuri		3 ore

9. Tipuri de afișe, funcția acestora		3 ore
10. Brand book		3 ore
11. Elementele vizuale ale unei campanii		3 ore
12. Elemente de etică și legislație privind materialele de relații publice		3 ore

Bibliografie:

- SZÉKELY, Kinga Katalin: *PR kiadványok tervezése és kidolgozása (Proiectarea și elaborarea materialelor de RP)* – note de curs online puse la dispoziția studenților pe Classroom-ul disciplinei [PR kiadvanyok](#)
- JURY, David: *Mi az a tipográfia? (Ce înseamnă tipografia?)* Editura Scolar, Budapesta 2007, 256 pagini.
- NEWSOM, Doug – CARRELL, Bob: Redactarea materialelor de relații publice. seria: Relații publice și publicitate, Editura Polirom, Iași 2011, 472 pagini.
- SAMARA, Timothy: *A grafikai tervezés kézikönyve (Manual de design grafic)*. Editura Scolar, Budapesta, 2021, 320 pagini
- WILLIAMS, Robin: *Tervezz bátran! Oldaltervezés és tipográfia egyszerűen és azon túl. (Proiectează cu încredere! Layout-ul paginii și tipografia simplificate și multe altele)*. Editura Scolar, Budapesta, 2012, 190 pagini.

8.3. Laborator	Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații
1. Familiarizarea cu programele de design grafic I.	Prezentare multimedia/ Discuții, Demonstrații practice/Muncă individuală/Exerciții	2 ore
2. Familiarizarea cu programele de design grafic II.		2 ore
3. Creația vizuală		2 ore
4. Managementul culorilor		2 ore
5. Folosirea diferitelor stilurilor		2 ore
6. Crearea șabloanelor		2 ore
7. Realizare de proiecte grafice și vizuale		2 ore
8. Realizare de proiecte grafice și vizuale		2 ore
9. Realizare de proiecte grafice și vizuale		2 ore
10. Realizare de proiecte grafice și vizuale		2 ore
11. Realizare de proiecte grafice și vizuale		2 ore
12. Realizare de proiecte grafice și vizuale		2 ore

Bibliografie

- BARÁK, Péter: *Arculat és identitás: magyar arcualattervezés esettanulmányokban. (Identitate și imagine. Studii de caz maghiare de branding)*. Editura Activium Kommunikációs Tervezőiroda, Budapesta, 2008, 164 pagini.

- POPESCU, Alexe – SOMEȘAN, Doru – CORDUN, Marina: *Ro-Kit: identitate românească în 50 de componente*. Editura Publica, București, 2015, 120 pagini.
- Adobe Photoshop Help and Tutorials: <https://helpx.adobe.com/support/photoshop.html>
- Adobe Illustrator Help and Tutorials: <https://helpx.adobe.com/illustrator/view-all-tutorials.html>
- Canva Help: <https://www.canva.com/help/>
- Resurse de design grafic: https://www.shillingtoneeducation.com/blog/free-resources-for-graphic-designers?utm_source=chatgpt.com

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

Conținuturile disciplinei răspund cerințelor actuale ale comunității academice și profesionale din domeniul comunicării și publicității, având în vedere atât fundamentele teoretice, cât și dimensiunea practică a elaborării materialelor publicitare. Aliniaza conținuturile teoretice și aplicative la standardele comunității epistemice, ale asociațiilor profesionale și ale angajatorilor din domeniu, dezvoltând competențe practice în elaborarea materialelor vizuale și scrise, respectarea principiilor etice și legislației specifice, precum și capacitatea de a răspunde cerințelor reale ale pieței muncii în comunicare și relații publice.

10. Evaluare

A. Condiții de îndeplinit pentru prezentarea la evaluare:

Prezență la laboratoare.

Elaborarea unui proiect de design grafic.

B. Criterii, metode și ponderi în evaluare:

Tip activitate		10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs		• Corectitudinea răspunsurilor; • Legătura cu teoria și exemplele din practică; • Originalitatea soluțiilor propuse.	evaluare în scris	40%
10.5.	Laborator	• Implicarea la discuții și activități; • Creativitatea și aplicarea corectă a instrumentelor de publicitate • Rezolvarea exercițiilor practice	elaborare proiect individual	30%
		• Respectarea cerințelor temei; • Corectitudinea și eficiența utilizării programelor de design grafic; • Rezolvarea exercițiilor practice.	evaluare pe parcurs	30%

10.6. Standard minim de performanță

- Să demonstreze înțelegerea principiilor fundamentale ale designului grafic, tipografiei, teoriei culorii
- Să realizeze materiale vizuale și scrise respectând regulile de compoziție și tipografie
- Să participe activ la laboratoare

Data completării:

02.09.2025.

Semnătura titularului disciplinei

Lect. univ. dr. Székely Kinga Katalin

Semnătura titularului/rilor de aplicații

Lect. univ. dr. Székely Kinga Katalin

Data avizării în departament

08. 09. 2025.

Semnătura directorului de departament

Prof. univ. dr. Nistor Laura

Semnătura responsabilului programului de studii

Conf. univ. dr. Kósa István

FIȘA DISCIPLINEI
pentru anul universitar 2025/26

Aprobat prin decizia Consiliului
Facultății nr. 1013/10.09.2025

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Sapiientia din Cluj-Napoca
1.2. Facultatea/ DPPD	Facultatea de Științe Economice, Socio-Umane și Inginerești, Miercurea Ciuc
1.3. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.4. Ciclul de studii	Licență
1.5. Programul de studiu	Comunicare și relații publice
1.6. Calificarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.0. Departamentul				Departamentul de Științe Sociale			
2.1. Denumirea disciplinei				Relații publice sectoriale - turism			
2.2. Tipul activității				Asistat integral	Asistat parțial:		Neasistat
				-	-		-
2.3. Titularul disciplinei /Titularul cursului				Lect. univ. dr. Székely Kinga Katalin			
2.4. Titularul(ii) activităților de			seminar	Lect. univ. dr. Székely Kinga Katalin			
			laborator	-			
			proiect	-			
2.5. Anul de studiu	III	2.6. Semestrul	5	2.7. Forma de verificare	C	2.8. Tipul disciplinei	DOP
2.9. Categoria formativă	DS	2.10 Categoria disciplinei	DS	2.11. Codul disciplinei	CBPK0651		

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	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	56	Din care: 3.5. curs	28	3.6. seminar	28
3.4.o Din care online	-	3.5.o. curs	-	3.6. o. seminar	-
3.7. Numărul de puncte de credit conform planului de învățământ ³²					4
3.8. Total ore pe semestru					112
3.9. Total ore studiu individual					56

³² 1 credit este corespunzător cu 28 ore de studiu

3.10. Distribuția fondului de timp pentru studiu individual:	ore
a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	14
b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	15
c) Pregătire seminarii, teme, referate	25
d) Tutoriat	2
e) Examinări	0
f) Alte activități:	0

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	
4.2. de competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului	Sală de curs dotată cu tablă interactivă, acces la internet.
5.2. De desfășurare a seminarului	Sală de seminar dotată cu tablă interactivă, acces la internet.

6. Rezultate ale învățării

Cunoștințe	Studentul/Absolventul: • C.6.1. Identifică principiile relațiilor publice și managementului reputației și factorii de influență asupra percepțiilor părților interesate sau asupra categoriilor de public în raport cu o organizație, cu marca (brandul) acesteia sau în raport cu o persoană; • C.6.2. Diferențiază între strategiile și design-urile de comunicare specifice diferitelor contexte de comunicare organizaționale sau situaționale (comunicarea în situații de risc, în situații de criză, pentru producția schimbării sociale, pentru elaborarea politicilor publice, a politicilor interne etc.).
Aptitudini	Studentul/Absolventul: • A.6.1. Evaluează percepția publică, participă în rețele profesionale și inițiază conversații în raport cu o persoană publică, o organizație sau o marcă (brand); • A.7.1. utilizează instrumente online pentru a comunica și partaja resurse în medii digitale; • A.7.3. Utilizează persoanele de contact pentru obținerea de informații sau avantaje reciproce în context profesional; • A.7.5. utilizează instrumente digitale pentru organizarea, colectarea, stocarea, extragerea, arhivarea și prelucrarea datelor, informațiilor și conținutului digital.

Responsabilitate și autonomie	Studentul/Absolventul: ● R.6.1. Aplică principii și metodologii specifice domeniului pentru a realiza cercetări ale opiniei publice în raport cu un subiect, o persoană publică, o organizație, o marcă (brand); ● R.6.2. Redactează comunicate de presă și produce alte materiale de relații publice, respectiv mesaje adaptate la specificul diferitelor canale media și platforme digitale pentru a fi utilizate în contextul comunicării unei persoane publice, organizații sau mărci (brand); ● R.7.3. Colaborează cu alte persoane în cadrul unor echipe pentru a rezolva probleme profesionale specifice; ● R.7.4. Planifică/își asumă și respectă termene strânse pentru a realiza sarcini sau proiecte profesionale.
--------------------------------------	---

7. Obiectivele disciplinei

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Studentii să dobândească cunoștințe fundamentale privind marketingul și relațiile publice aplicate în turism, inclusiv rolul lor în promovarea destinațiilor și produselor turistice. Cursul urmărește dezvoltarea competențelor analitice și strategice pentru planificarea, implementarea și evaluarea campaniilor de marketing și RP în turism. Respectiv formarea abilităților practice necesare comunicării eficiente cu diferite tipuri de turiști și cu actorii din industrie (agenții, organizații, comunități locale). Prin acest curs, se urmărește sensibilizarea studenților la tendințele actuale și emergente în turism (durabilitate, digitalizare, turism experiențial) și la importanța adaptării strategiilor de marketing la aceste trenduri.
7.2. Obiectivele specifice	● Să identifice și descrie principalele tipuri de turism, structuri turistice și resurse ale pieței turistice. ● Să analizeze comportamentul consumatorilor și să segmenteze piața turistică în funcție de criterii relevante (demografice, psihografice, comportamentale). ● Să elaboreze strategii și pachete turistice adaptate diferitelor segmente de piață. ● Să aplice instrumente și tehnici de RP pentru promovarea produselor și destinațiilor turistice. ● Să elaboreze materiale creative și persuasive (slogane, logo-uri, postări social media, spoturi publicitare) pentru produse și destinații turistice.

8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Fond de timp alocat / Observații
1. Introducere. Considerații generale despre turism. Istoric și tipologie	prelegere interactivă,	2 ore

2. Rolul activităților de relații publice în promovarea destinațiilor turistice	învățare prin problematizare, explicație și demonstrație, studii de caz	2 ore
3. Mediul de marketing al firmelor de turism		2 ore
4. Tendințe actuale pe piața turistică		2 ore
5. Crearea și dezvoltarea experiențelor turistice		2 ore
6. Comportamentul consumatorilor în turism		2 ore
7. Segmentarea pieței turistice		2 ore
8. Politica de produs – elaborarea produselor și pachetelor turistice		2 ore
9. Politica de distribuție în turism		2 ore
10. Particularitățile politicii de preț în turism		2 ore
11. Comunicarea strategică în turism. Platforme de comunicare		2 ore
12. Strategia și planul media. Alegerea canalelor de comunicare pentru produsele turistice		2 ore
13. Strategia creativă în campaniile publicitare pentru produse și servicii turistice		2 ore
14. Managementul campaniilor promoționale online pentru produsele turistice		2 ore

Bibliografie:

- SZÉKELY, Kinga Katalin: Campanii de comunicare și RP în turism – Note de curs 2024 puse la dispoziție prin Classroom-ul disciplinei [Turisztikai PR](#)
- SZÉKELY, Kinga Katalin: *Communication activities of tourism businesses in Szeklerland in a changing tourism environment*. In: Csiszárík-Kocsir Ágnes, Popovics Anett, Fehér-Polgár Pál (coord.): XVII. FIKUSZ 2022 International Conference. Proceedings, Budapest, Keleti Faculty of Business and Management Óbuda University 2022, pp. 129-144.
- SZÉKELY, Kinga Katalin: *Kommunikációs kihívások egy változó turisztikai környezetben (Provocări în domeniul comunicării într-un mediu turistic în schimbare)*. In: Kósa István – Székely Kinga Katalin (coord.): *Kommunikáló közösségek (Comunități în comunicare)*, Cluj Napoca, Presa Universitară Clujeană, 2021, pp. 117-137. [Kommunikáló közösségek.pdf](#)
- Székely Kinga Katalin, *Fejlesztési esélyek vidéki térségekben. Marketingszemponútú megközelítések és elemzések (Oportunități de dezvoltare în zonele rurale. Abordări și analize de marketing)* Editura Pro Philosophia Szegediensi Alapítvány, Szeged. 2017, 212 p. ISBN 978-963-88812-9-8 în 3 exemplare [Székely Kinga Katalin Fejlesztési esélyek vidéki térségben.pdf](#)
- JÁSZBERÉNYI, Melinda: *A kulturális turizmus sokszínűsége (Diversitatea turismului cultural)*. Editura Akadémiai, Budapest, 2014, 308 pagini. <https://mersz.hu/jaszberenyi-a-kulturalis-turizmus-sokszinusege/>
- LŐRINCZ, Katalin – SÜLYÖK, Judit (coord.): *Turizmusmarketing (Marketing turistic)*. Editura Akadémiai, Budapest, 2017, 357 pagini <https://mersz.hu/lorincz-sulyok-turizmusmarketing/>
- MICHALKÓ, Gábor: *Turizmológia: elméleti alapok (Turism, aspect teoretice)*. Editura Akadémiai, Budapest, 2012, 266 pagini <https://mersz.hu/kiadvany/59/info/>

8.2. Seminar	Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații
1. Tipologii și experiențe turistice – discuții în grup, exemple de tipuri de turism din România și din lume	proiecte de grup, dezbateri, prezentare, studii de caz, workshop-uri practice	2 ore
2. Prezentări ale studenților pe teme de actualitate în turism – Turism durabil		2 ore
3. Prezentări ale studenților pe teme de actualitate în turism – Turismul lent (slow turism)		2 ore
4. Prezentări ale studenților pe teme de actualitate în turism – Turism festivalier		2 ore
5. Prezentări ale studenților pe teme de actualitate în turism – Turism cinematografic		2 ore
6. Prezentări ale studenților pe teme de actualitate în turism – Turism gastronomic		2 ore
7. Prezentări ale studenților pe teme de actualitate în turism – Turismul religios și de pelerinaj		2 ore
8. Prezentări ale studenților pe teme de actualitate în turism – Turismul exclusivist și de lux		2 ore
9. Prezentări ale studenților pe teme de actualitate în turism – Turismul accesibil		2 ore
10. Prezentări ale studenților pe teme de actualitate în turism – Turismul smart		2 ore
11. Analiză a sloganurilor și siglelor utilizate în promovarea produselor, structurilor și destinațiilor turistice		2 ore
12. Analiză a clipurilor publicitare în turism		2 ore
13. Elaborarea unui mini plan pentru promovarea unui produs turistic local		2 ore
14. Analiză comparativă: campanii de promovare online în turism		2 ore
Bibliografie		
● GONDA, Tibor: <i>Alternatív turizmus (Turism alternativ)</i>. Editura Akadémiai, Budapesta, 2022, 249 pagini https://mersz.hu/gonda-alternativ-turizmus/ ● IRIMIÁS, Anna: <i>Filmturizmus: a filmek és televíziós sorozatok turisztikai szerepének és hatásainak geográfiai vizsgálata (Turismul cinematografic: rolului și impactului filmelor și seriilor de televiziune asupra turismului)</i>. Editura Akadémiai, Budapesta, 2017, 236 pagini https://mersz.hu/irimias-filmturizmus/ ● JÁSZBERÉNYI, Melinda – ZÁTORI, Anita – ÁSVÁNYI Katalin (Coord.): <i>Fesztiválturizmus (Turismul festivalier)</i>. Editura Akadémiai, Budapesta, 2017, 381 pagini https://mersz.hu/jaszberenyi-zatori-asvanyi-fesztivalturizmus/ ● KÖKÉNY, László – MISKOLCZI, Márk: <i>Smart turizmus (Turism smart)</i> Editura Akadémiai, Budapesta, 2022 https://mersz.hu/kokeny-miskolczi-smart-turizmus/		

- RAFFAY, Zoltán – GONDA, Tibor: *Innovative good practices of accessible tourism*, Modern Geográfia, Vol 4. No 1, 2020, pp. 1–14. https://real.mtak.hu/136183/1/2020_IV_01_raffay-gonda_v3.pdf

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

Conținutul disciplinei este corelat cu așteptările comunității epistemice, ale asociațiilor profesionale și ale angajatorilor din domeniul turismului, prin dezvoltarea competențelor necesare pentru planificarea, implementarea și evaluarea campaniilor de marketing și PR în turism. Studenții dobândesc cunoștințe teoretice actualizate și abilități practice relevante pentru piața muncii, inclusiv utilizarea instrumentelor digitale, comunicarea eficientă cu turiștii și stakeholderii, precum și integrarea principiilor turismului durabil și responsabil. Prin aceste competențe, disciplina răspunde cerințelor profesioniștilor din industrie și pregătește studenții pentru o carieră în marketing turistic și relații publice.

10. Evaluare

A. Condiții de îndeplinit pentru prezentarea la evaluare:

Prezență la seminarii (70%)

B. Criterii, metode și ponderi în evaluare:

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs	• Claritatea și structura prezentării orale; • Relevanța și fezabilitatea proiectului; • Creativitatea și originalitatea materialelor realizate; • Colaborarea și implicarea.	Colocviu	40%
10.5. Seminar	• Claritate, structură, acuratețea informațiilor; • Relevanța exemplurilor și studiilor de caz prezentate; • Idei proprii, interpretare personală a subiectului; • Folosirea surselor credibile și citarea corectă.	Prezentări individuale, evaluate pe parcurs	50%
	• Implicarea la discuții și activități; • Contribuții relevante; • Colaborare cu colegii.	Participare activă la seminarii	10%

10.6. Standard minim de performanță

- Să realizeze o prezentare structurată, cu informații corecte și relevante.
- Să poată sintetiza informații din mai multe surse.
- Să participe activ la seminarii, proiecte practice.
- Să fie capabil să utilizeze platforme digitale și social media pentru promovarea unui produs turistic.

Data completării:

02.09.2025.

Semnătura titularului disciplinei
Lect. univ. dr. Székely Kinga Katalin

Semnătura titularului/rilor de aplicații
Lect. univ. dr. Székely Kinga Katalin.

Data avizării în departament
08. 09. 2025.

Semnătura directorului de departament
Prof. univ. dr. Nistor Laura

Semnătura responsabilului programului de studii
Conf. univ. dr. Kósa István

FIȘA DISCIPLINEI

pentru anul universitar 2025/26

Aprobat prin decizia Consiliului
Facultății nr. 1013/10.09.2025

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Sapienția din Cluj-Napoca
1.2. Facultatea/ DPPD	Facultatea de Științe Economice, Socio-Umane și Inginerești, Miercurea Ciuc
1.3. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.4. Ciclu de studii	Licență
1.5. Programul de studiu	Comunicare și relații publice
1.6. Calificarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.0. Departamentul	Departamentul de Științe Sociale		
2.1. Denumirea disciplinei	Relații publice sectoriale - cultural		
2.2. Tipul activității	Asistat integral	Asistat parțial:	Neasistat
	-	-	-
2.3. Titularul disciplinei /Titularul cursului	Dr. Tamás Dénes		
2.4. Titularul(ii) activităților de	seminar	Dr. Tamás Dénes	
	laborator	-	
	proiect	-	
2.5. Anul de studiu	III.	2.6. Semestrul	6
		2.7. Forma de verificare	E
		2.8. Tipul disciplinei	DOP
2.9. Categoria formativ	DS	2.10 Categoria disciplinei	
		2.11. Codul disciplinei	CBPK0671

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	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	48	Din care: 3.5. curs	24	3.6. seminar	24
3.4.o. Din care online	0	3.5.o. curs	0	3.6. o. seminar	0
3.7. Numărul de puncte de credit conform planului de învățământ ³³					3
3.8. Total ore pe semestru					84
3.9. Total ore studiu individual					36
3.10. Distribuția fondului de timp pentru studiu individual:					ore
a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					10
b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					10
c) Pregătire seminarii, teme					10
d) Tutoriat					4
e) Examinări					2
f) Alte activități					

³³ 1 credit este corespunzător cu 28 ore de studiu

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	-
4.2. de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului	Sală de curs prevăzută cu tehnică digitală.
5.2. De desfășurare a seminarului	Sală de seminar prevăzută cu tehnică digitală.

6. Rezultate ale învățării

Cunoștințe	C.4.2. Studentul/Absolventul diferențiază între probleme sau formulări descriptive și probleme sau formulări prescriptive în contextul evaluării afirmațiilor în comunicarea profesională. C.5.1. Studentul/Absolventul identifică modele utilizate pentru luarea deciziilor etice sau raționamente morale în problemele din domeniul comunicării. C.6.2. Studentul/Absolventul diferențiază între strategiile și design-urile de comunicare specifice diferitelor contexte de comunicare organizaționale sau situaționale (comunicarea în situații de risc, în situații de criză, pentru producția schimbării sociale, pentru elaborarea politicilor publice, a politicilor interne etc.).
Aptitudini	A.4.4. Studentul /Absolventul interpretează valorile și mesajele ideologice și culturale încorporate în produsele media. A.5.1. Studentul /Absolventul aplică modele pentru luarea deciziilor etice sau raționamente morale și principiile deontologice sau normele etice care stau la baza organizării și funcționării activităților specifice domeniului științe ale comunicării și modului de organizare a profesiei în probleme din domeniul comunicării, în crearea și distribuirea conținutului pe canale media publice și private.
Responsabilitate și autonomie	R.7.3. Studentul /Absolventul colaborează cu alte persoane în cadrul unor echipe pentru a rezolva probleme profesionale specifice. R.7.4. Studentul /Absolventul planifică/își asumă și respectă termene strânse pentru a realiza sarcini sau proiecte profesionale. R.7.5. Studentul /Absolventul demonstrează sensibilitate interculturală participând în comunități și rețele diferite.

7. Obiectivele disciplinei

7.1. Obiectivul general al disciplinei	- să utilizeze abordările teoretice și aplicațiile practice în realizarea unui management cultural eficient
7.2. Obiectivele specifice	- să cunoască particularitățile managementului cultural clasic și mediat de internet - să abordeze managementul cultural din perspectivă etică, adoptând o atitudine corectă și profesională

8. Conținuturi

8.1. Curs		Metode de predare	Fond de timp alocat / Observații
1	Noțiuni introductive de management: definiții, funcții, domenii	prelegere problematizare	2 ore

2	Managementul în cultură: particularități, oportunități și provocări	explicație interactivitate	2 ore
3	Rolul managerului cultural în organizațiile promotoare ale valorilor culturale		2 ore
4	Nivelurile managementului cultural: politici, programe, proiecte și evenimente culturale		2 ore
5	Echipa de management cultural: cine răspunde de activitățile culturale?		2 ore
6	Analiza actorilor-cheie ai actului de cultură: factorii de interes		2 ore
7	Relațiile publice și promovarea culturii: managementul comunicării		2 ore
8	Relațiile cu presa ca instrument al managementului cultural		2 ore
9	Rolul mass media în promovarea valorilor culturale: noi modele de organizare		2 ore
10	Actul cultural între promovarea valorilor și ofertarea serviciilor		2 ore
11	Aspectele financiare ale managementului culturii: cine finanțează cultura?		2 ore
12	Exemple de bune practici în domeniul managementului cultural		2 ore

Bibliografie

Tamás, Dénes: *Városdesign és identitás – a posztoszocialista városok, mint példák* (Design ale orașelor și identitatea – orașele postsocialiste), Disegno, Budapest, 2018, 1-2. https://real.mtak.hu/155324/1/Disegno2019_1_2_08_TamasDenes.pdf

Ferencz, Angéla (szerk.)(2014): *Kulturális menedzsment. Módszertani kézikönyv kulturális szakemberek számára*. Csíkszereda: Státus Kiadó, 137 oldal.

Bakó, Rozália Klára (2007): *Szervezet, kultúra, kommunikáció*. Olvasókönyv. Csíkszereda: Sapientia

EMTE [e-book] <http://szervezetikultura.wordpress.com/bibliografia/>

Iekel, Paula (2006): *Managementul cultural*. Suport de curs (kézirat) [e-book] <http://www.scribd.com/doc/37707384/Management-Cultural>

Állami Foglalkoztatási Szolgálat (2008): *Kulturális menedzser*. Szakmaismerető információs mappa.

Budapest: Foglalkoztatási és Szociális Hivatal [e-book] <http://szervezetikultura.wordpress.com/bibliografia/>

8.2. Seminar		Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații
1	Noțiuni introductive de management: analiza SWOT, STEP	conversație explicație munca în grup joc de rol studiu de caz interpretare de texte	2 ore
2	Noțiuni introductive de management: analiza factorilor de interes (stakeholder)		2 ore
3	Nivelurile managementului cultural: politici și programe		2 ore
4	Nivelurile managementului cultural: proiecte și evenimente		2 ore
5	Echipa de management cultural: stadiile dezvoltării echipei (Tuckman)		2 ore
6	Echipa de management cultural: roluri în echipă (Belbin)		2 ore
7	Analiza actorilor-cheie ai actului de cultură: analiză SWOT în echipă		2 ore
8	Analiza actorilor-cheie ai actului de cultură: analiză stakeholder în echipă		2 ore

9	Managementul comunicării: un studiu de caz din regiune		2 ore
10	Managementul comunicării: un studiu de caz național		2 ore
11	Aspectele financiare ale managementului culturii: obținerea de fonduri		2 ore
12	Aspectele financiare ale managementului culturii: conceperea bugetului		2 ore
Bibliografie			
Ferencz, Angéla (szerk.)(2014): <i>Kulturális menedzsment. Módszertani kézikönyv kulturális szakemberek számára</i> . Csíkszereda: Státus Kiadó, 137 oldal.			

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

Disciplina abordează tematica organizațiilor culturale în contextul celor mai actuale debateri din spațiul public și din mediul academic, cu aplicații directe pe piața muncii. Temele luate în discuție se aliniează la standardele academice naționale și internaționale privind sectorul cultural..

10. Evaluare

A. Condiții de îndeplinit pentru prezentarea la evaluare:

Participare la cursuri, seminar, efectuarea temelor de acasă, prezență activă.

B. Criterii, metode și ponderi în evaluare:

Tip activitate		10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs		Capacitatea de a utiliza în mod integrat conceptele de bază ale disciplinei	Examen oral pe bază de subiecte formulate	50%
10.5. Seminar		Capacitatea de a aplica la cazuri concrete conceptele și teoriile însușite	Ecaluare sumativă la ultimul seminar	50%
	Laborator	-		
	Proiect	-		
	Practică	-		
10.6. Standard minim de performanță				
Analiza pertinentă a unui caz de succes al managementului cultural				
Definirea noțiunilor de bază ale managementului instituțiilor culturale				

Data completării

05.09.2025

Semnătura titularului disciplinei

Dr. Tamás Dénes

Semnătura titularului/rilor de aplicații

Dr. Tamás Dénes

Data avizării în departament

08.09.2025

Semnătura directorului de departament

Prof. univ. dr. Nistor Laura

Semnătura responsabilului programului de studii

Conf. Univ. Dr. Kósa István

FIȘA DISCIPLINEI
pentru anul universitar 2025/26

Aprobat prin decizia Consiliului
Facultății nr. 1013/10.09.2025

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Sapientia din Cluj-Napoca
1.2. Facultatea/ DPPD	Facultatea de Științe Economice, Socio-Umane și Inginerești, Miercurea Ciuc
1.3. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.4. Ciclul de studii	Licență
1.5. Programul de studiu	Comunicare și relații publice
1.6. Calificarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.0. Departamentul				Departamentul de Științe Sociale			
2.1. Denumirea disciplinei				Relații publice sectoriale – social			
2.2. Tipul activității				Asistat integral	Asistat parțial:		Neasistat
				-	-		-
2.3. Titularul disciplinei /Titularul cursului				Lector univ. dr. Elekes Zoltán			
2.4. Titularul(ii) activităților de			seminar	Lector univ. dr. Elekes Zoltán			
			laborator	-			
			proiect	-			
2.5. Anul de studiu	3	2.6. Semestrul	6	2.7. Forma de verificare	C	2.8. Tipul disciplinei	DOP
2.9. Categoria formativă	DS	2.10 Categoria disciplinei	DS	2.11. Codul disciplinei	CBPK0771		

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	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	48	Din care: 3.5. curs	24	3.6. seminar	24
3.4.o. Din care online	0	3.5.o. curs	0	3.6. o. seminar	0
3.7. Numărul de puncte de credit conform planului de învățământ ³⁴					3

³⁴ 1 credit este corespunzător cu 28 ore de studiu

3.8. Total ore pe semestru	84
3.9. Total ore studiu individual	36
3.10. Distribuția fondului de timp pentru studiu individual:	ore
a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	15
b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	15
c) Pregătire seminarii, teme	2
d) Tutoriat	2
e) Examinări	2
f) Alte activități	

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	-
4.2. de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului	Sală de curs prevăzută cu tehnică digitală.
5.2. De desfășurare a seminarului	Sală de seminar prevăzută cu tehnică digitală.

6. Rezultate ale învățării

Cunoștințe	C.4.2. Studentul/Absolventul diferențiază între probleme sau formulări descriptive și probleme sau formulări prescriptive în contextul evaluării afirmațiilor în comunicarea profesională. C.5.1. Studentul/Absolventul identifică modele utilizate pentru luarea deciziilor etice sau raționamente morale în problemele din domeniul comunicării. C.6.2. Studentul/Absolventul diferențiază între strategiile și design-urile de comunicare specifice diferitelor contexte de comunicare organizaționale sau situaționale (comunicarea în situații de risc, în situații de criză, pentru producția schimbării sociale, pentru elaborarea politicilor publice, a politicilor interne etc.).
Aptitudini	A.4.4. Studentul /Absolventul interpretează valorile și mesajele ideologice și culturale încorporate în produsele media. A.5.1. Studentul /Absolventul aplică modele pentru luarea deciziilor etice sau raționamente morale și principiile deontologice sau normele etice care stau la baza organizării și funcționării activităților specifice domeniului științe ale comunicării și modului de organizare a profesiei în probleme din domeniul comunicării, în crearea și distribuirea conținutului pe canale media publice și private.

Responsabilitate și autonomie	R.7.3. Studentul /Absolventul colaborează cu alte persoane în cadrul unor echipe pentru a rezolva probleme profesionale specifice. R.7.4. Studentul /Absolventul planifică/își asumă și respectă termene strânse pentru a realiza sarcini sau proiecte profesionale. R.7.5. Studentul /Absolventul demonstrează sensibilitate interculturală participând în comunități și rețele diferite.
--------------------------------------	---

7. Obiectivele disciplinei

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Cunoașterea conceptelor de bază ale instituțiilor sociale, în contextul transformărilor rapide ale societății organizaționale contemporane. Înțelegerea importanței sectorului social pentru o societate stabilă și funcțională. Formarea unei atitudini prosociale pentru o responsabilizare adecvată.
7.2. Obiectivele specifice	Înțelegerea rolului specific pe care sectorul social îl joacă în societate. Dezvoltarea atitudinii civice pentru o implicare activă și responsabilă în viața comunității.

8. Conținuturi

8.1. Curs		Metode de predare	Fond de timp alocat / Observații
1	Scopul și rolul politicilor sociale și protecției sociale	Prelegere, problematizare, explicație	2 ore
2	Evoluția sistemelor de protecție socială în Europa – politici și dileme sociale	Explicație, prezentare, demonstrație	2 ore
3	Formarea sistemului de protecție socială pe teritoriul României	Explicație, prezentare, dezbateri	2 ore
4	Componentele actuale ale sistemului de protecție socială din România. Evoluții după 1989	Abordare euristică, problematizare, demonstrație	2 ore
5	Disparități regionale și teritoriale ale sistemului de asistență socială din România	Abordare euristică, prezentare, problematizare	2 ore
6	Politicile sociale la nivelul Uniunii Europene	Explicație, demonstrație, studiu de caz	2 ore
7	Sistemul de protecție a copilului din România	Abordare euristică, prezentare, problematizare	2 ore
8	Politici sociale în domeniul dizabilității	Explicație, prezentare, problematizare	2 ore
9	Sistemul de pensii și servicii sociale pentru vârstnici	Explicație, demonstrație, studiu de caz	2 ore
10	Politici de ocupare, șomaj, piața muncii	Abordare euristică, problematizare, demonstrație	2 ore
11	Voluntariat și fundraising în domeniul social	Explicație, demonstrație, studiu de caz	2 ore
12	Campanii de comunicare negative și pozitive în domeniul social	Explicație, prezentare, dezbateri	2 ore
Bibliografie Buligescu, B. et al. <i>Efecte ale crizei actuale asupra sărăciei din România: politici anti-sărăcie</i>. Ed. Editura Pro Universitaria, București, 2024, 143 pagini.			

Elekes, Z.. *Szociális ellátás a Székelyföldön: múlt, jelen, jövőkép* (Protecția socială în România: trecut, prezent, perspective). Ed. Scientia, Cluj-Napoca, 2022, 206 pagini.

Manole, S.D., Ciochină I., Bocăneală A.M. A Perspective on Universal Basic Income. *Romanian Statistical Review*, 2024/2.

Marin, M., Stănculescu, M. S. Cheltuielile sociale, între investiție multiplicatoare și modelul statului minimalist: o analiză longitudinală pentru România. *Calitatea Vieții*, 2024, 35(2), 67-84.

RamiroTroitiño, D., Ivić, S., Hamulák, O., & Fedorova, A. Social Policy in the European Union: Genesis, Obstacles and Digital Future. *European Studies. The Review of European Law, Economics and Politics*, 2023, 10(1), 15-32

8.2. Seminar		Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații
1	Identificarea și analiza discursurilor publice despre sistemul de protecție socială	Brainstorming, discuții în grupuri mici	4 ore
2	Comunicare internă și externă în cadrul organizațiilor social	Muncă în grup, studii de caz, prezentări	4 ore
3	Vizită și discuții la AJOFM. Concluzionarea și evaluarea vizitei	Vizită în teren. Dezbateri, prezentări.	4 ore
4	Analiza unor strategii sectoriale în domeniul social	Demonstrație prezentări, discuții în grupuri mici	4 ore
5	Vizită și discuții la un furnizor de servicii sociale Concluzionarea și evaluarea vizitei	Vizită în teren. Dezbateri, prezentări.	4 ore
6	Conceperea unor campanii de sensibilizare/fundraising	Muncă în grup, studii de caz, prezentări	4 ore

Bibliografie

Deák, E. A romániai szociális ellátás hálózataának kiépítése (Crearea rețelei de servicii sociale în România). *Korunk*, 2024/ 7, 72-80.

Elekes, Z.. *Szociális ellátás a Székelyföldön: múlt, jelen, jövőkép* (Protecția socială în România: trecut, prezent, perspective). Ed. Scientia, Cluj-Napoca, 2022, 206 pagini.

Manole, S.D., Ciochină I., Bocăneală A.M. A Perspective on Universal Basic Income. *Romanian Statistical Review*, 2024/2.

Marin, M., Stănculescu, M. S. Cheltuielile sociale, între investiție multiplicatoare și modelul statului minimalist: o analiză longitudinală pentru România. *Calitatea Vieții*, 2024, 35(2), 67-84.

Tagai, G. Igazságos szolgáltatások? A közérdekű szolgáltatások fejlesztésének hatása a társadalmi térbeli viszonyokra (Servicii echitabile? Efectele dezvoltării serviciilor publice asupra relațiilor spațiale). *Tér és Társadalom*, 2021, 35(4), 33-59.

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

Disciplina abordează tematica sectorului social în contextul celor mai actuale dezbateri din spațiul public și din mediul academic, cu aplicații directe pe piața muncii. Temele luate în discuție se alinează la standardele academice naționale și internaționale privind locul sectorului social în societatea organizațională de azi.

10. Evaluare

A. Condiții de îndeplinit pentru prezentarea la evaluare:

Participarea activă la 70% din activitățile de seminar.

B. Criterii, metode și ponderi în evaluare:

Tip activitate		10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs		Capacitatea de a analiza cele mai relevante teme de dezbateri din sectorul social	Colocviu	50%
10.5.	Seminar	Capacitatea de a prezenta în mod coerent problematica sectorului social din România	Evaluare sumativă la ultimul seminar	50%
	Laborator	-		
	Proiect	-		
	Practică	-		
10.6. Standard minim de performanță				
Capacitatea de a analiza critic și pertinent o organizație socială pe baza metodologiilor studiate.				

Data completării

05.09.2025

Semnătura titularului disciplinei

Lect. univ. dr. Elekes Zoltán

Semnătura titularului/rilor de aplicații

Lect. univ. dr. Elekes Zoltán

Data avizării în departament

08.09.2025

Semnătura directorului de departament

Prof. univ. dr. Nistor Laura

Semnătura responsabilului programului de studii

Conf. univ. dr. Kósa István

FIȘA DISCIPLINEIAprobat prin decizia Consiliului
Facultății nr. 1013/10.09.2025**pentru anul universitar 2025/26****1. Date despre program**

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Sapientia din Cluj-Napoca
1.2. Facultatea/ DSPP	Facultatea de Științe Economice, Socio-Umane și Inginerești, Miercurea Ciuc
1.3. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.4. Ciclul de studii	Licență
1.5. Programul de studiu	Comunicare și relații publice
1.6. Calificarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.0. Departamentul	Departamentul de Științe Sociale		
2.1. Denumirea disciplinei	Retorica		
2.2. Tip activitate	Asistat integral	Asistat parțial:	Neasistat
	-	-	-
2.3. Titularul disciplinei /Titularul cursului	Conf. univ. dr. Hubbes László		
2.4. Titularul(ii) activităților de	seminar	Conf. univ. dr. Hubbes László	
	laborator	-	
	proiect	-	
2.5. Anul de studiu	III	2.6. Semestrul	5
		2.7. Forma de verificare	C
		2.8. Tipul disciplinei	DOP
2.9. Categoria formativ	DC	2.10 Categoria disciplinei	DC
		2.11. Codul disciplinei	CBPK0831

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	2	Din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar	-
3.4. Total ore din planul de învățământ	28	Din care: 3.5. curs	28	3.6. seminar	-
3.7. Numărul de puncte de credit conform planului de învățământ					4
3.8. Total ore pe semestru					112
3.9. Total ore studiu individual					84
3.10. Distribuția fondului de timp:					ore
a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					40
b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					20
c) Pregătire teme					10
d) Tutoriat					5
e) Examinări					3
f) Alte activități: Pregătire pt. concurs oratoric					6

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	
4.2. de competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului	- conexiune internet, proiector
5.2. De desfășurare a seminarului/laboratorului/proiectului/practicii	-

6. Competențele specifice acumulate

Cunoștințe	Studentul/Absolventul C.2.1. identifică principalele teorii, modele și elemente ale comunicării directe și mediate tehnologic, în contextul comunicării de masă și comunicării mediate de computer; C.3.2. indică norme gramaticale care reglementează formularea de enunțuri, expresii și ortografierea cuvintelor C.4.3. diferențiază între tipuri de narațiuni, tipuri de raționamente, elemente de logică, teoria argumentării și retorică sau discurs public pentru a clasifica perspective diferite, respectiv evalua argumente în contextul comunicării profesionale.
Aptitudini	A.2.1. selectează modelele care explică o situație de comunicare în contextul unei probleme profesionale; A.2.3. adaptează mesajele la diverse situații și categorii sau segmente de public în contextul comunicării profesionale. A.3.3. aplică principii de retorică sau compunere a mesajelor ce vizează îmbunătățirea capacității scriitorilor și vorbitorilor de a informa, convinge sau motiva publicul; A.4.2. descoperă erori în argumentație, cadrele sau scheme de interpretare distincte oferite de diferite surse în contextul comunicării profesionale;
Responsabilitate și autonomie	R.3.1. produce un conținut sau produs media în vederea difuzării/publicării pe unul sau mai multe canale sau platforme, utilizând media (text, fotografie, audio, video) separat sau în conjuncție în contextul realizării unui proiect profesional; R.4.2. evaluează sursele informațiilor și corectitudinea informațiilor receptate; R.4.3. analizează critic evenimentele curente în politică, economie, comunitățile sociale, sectoarele culturale, pe plan internațional și în sport, precum și tendințele culturale populare, cum ar fi cultura pop și argoul cultural și social și mesajele publice ale persoanele de pe rețelele de socializare / platformele digitale cele mai utilizate în contextul său socio-cultural și profesional.

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Cunoașterea și aplicarea teoriilor și practicilor în domeniul retoricii clasice și contemporane și ale mediilor electronice moderne, a teoriei argumentării și discursului, să cunoască în general domeniile de aplicare ale retoricii (în politică, mass media, publicitate, afaceri, relații publice etc.) Formarea viitorilor comunicatori profesionali pentru relații publice, administrație și mass media.
7.2. Obiectivele specifice	La terminarea cursului, studenții trebuie să poată elabora conținuturi de calitate retorică, ori mesaje publice; respectiv să analizeze, să interpreteze sistematic astfel de mesaje.

8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Fond de timp alocat / Observații
Curs introductiv. Inventarierea cunoștințelor preliminare din teoria comunicației, comunicarea orală și cea vizuală, respectiv mass media și noile medii potențial valide din punctul de vedere al retoricii și analizei de discurs 1.1. Prezentarea modului de desfășurare a cursului și a bibliografiei, respectiv a cerințelor în vederea evaluării și a modalității de evaluare	Curs bazat pe prelegere orală, susținută de proiecții tip Power Point, vizualizare clipuri și site-uri internet, și combinat cu activități interactive cu studenții. Activitatea de pregătire este susținută de blog-ul disciplinei: www.szoloszolo.wordpress.com	2 ore

1.2. O introducere a conceptului de retorică: comunicația retorică, situația retorică, audiența, contextul 1.3. O introducere a conceptului de retorică digitală	<i>Cursul dispune și de o platformă online – Google Classroom / Google Meet</i>	
Sistemul retoricii antice Originile retoricii, sofistii și democrația ateniană Formarea sistemului retoricii antice: Platon, Aristotel, Cornificiu, Cicero, Quintilian Descrierea sistemului retoricii clasice 2.3.1. Părțile discursului retoric (6 / 1) 2.3.2. Canoanele retoricii (5) 2.3.3. Ramurile (genurile) oratoriei (3) 2.3.4. Procesele de stabilire/rezolvare a problemelor controversate – stasis (4) 2.3.5. Categoriile schimbării (4)	Curs bazat pe prelegere orală, cu activități interactive cu studenții.	2 ore
3. Ethos – Pathos – Logos, trei principii de bază ale retoricii 3.1. Ethos, sau autoritatea și credibilitatea oratorului 3.2. Pathos, sau sensibilitatea audienței 3.3. Logos, sau logica argumentativă a discursului	Curs bazat pe prelegere orală, cu activități interactive cu studenții.	2 ore
4. Discursul retoric clasic (1): dovedirea prin argumentare 4.1. Logica argumentării: raționamentul, inducția, deducția 4.2. Elementele inducției, analogia 4.3. Elementele deducției: silogismele, entimema	Curs bazat pe prelegere orală, cu activități interactive cu studenții.	2 ore
5. Discursul retoric clasic (2): exordiu sau introducerea 5.1. Elementele introducerii 5.2. Captarea interesului și bunăvoinței	Curs bazat pe prelegere orală, cu activități interactive cu studenții.	2 ore
6. Discursul retoric clasic (3): dispozițiunea, prezentarea cazului 6.1. Prezentarea temei 6.2. Narațiunea 6.3. Digresiunea	Curs bazat pe prelegere orală, cu activități interactive cu studenții.	2 ore
7. Discursul retoric clasic (4): confirmarea și refutarea 7.1. Tehnicile confirmării, convingerea prin apelare la logică și la sentimente 7.2. Necesitatea și tehnicile refutării 7.3. Perorațiunea	Curs bazat pe prelegere orală, cu activități interactive cu studenții.	2 ore
8. Discursul retoric clasic (5): elocuțiunea sau elaborarea discursului, declamarea 8.1. Elocuțiunea, sau compunerea discursului 8.2. Formele de stil, tropii și topicele 8.3. Problemele memorizării 8.4. Declamarea, adică prezentarea discursului	Curs bazat pe prelegere orală, cu activități interactive cu studenții.	2 ore
9. Retorica modernă față de retorica clasică; noile retorici 9.1. O scurtă istorie a retoricii după antichitate 9.2. O trecere în revistă a teoriilor de retorică moderne și post-moderne 9.3. Retorica europeană și retorica americană	Curs bazat pe prelegere orală, cu activități interactive cu studenții.	2 ore
10. Discursul retoric și analiza discursului 10.1. Definiții contradictive ale discursului 10.2. Discursul și retorica organizațională	Curs bazat pe prelegere orală, cu activități interactive cu studenții.	2 ore

10.3. Discursul și marile narative ale ideologiilor 10.4. Principii de hermeneutică (exegeză) și analiza discursului 10.5. Elementele argumentării și analiza discursului		
11. Retorica aplicată (1): tehnici de manipulare, analiza discursului 11.1. Convingere și manipulare 11.2. Manipularea ideologică, politică, publicitară și prin mass media 11.3. Recunoașterea manipulării și analiza textuală a discursului	Curs bazat pe prelegere orală, cu activități interactive cu studenții.	2 ore
12. Retorica aplicată (2): retorica vizuală 12.1. Limbajul vizual, primația vizualului 12.2. Turnura pictorială (vizuală) 12.3. Retorica elementelor vizuale și aplicarea lor în mass media 12.4. Aplicarea retoricii vizuale în publicitate și politică	Curs bazat pe prelegere orală, cu activități interactive cu studenții.	2 ore
13. Retorica aplicată (3): retorica internetului 13.1. Intertextualitatea și hipertextul 13.2. Multimedialitatea internetului și retorica multimedială 13.3. Comunicarea unidirecțională și comunicarea interactivă a platformelor web 13.4. Democrația spațiului virtual și liberalizarea discursurilor	Curs bazat pe prelegere orală, cu activități interactive cu studenții.	2 ore
14. Curs final, recapitulativ 14.1. Recapitularea principalelor teme, retorica digitală și noile retorici, abordări teoretice și practice 14.2. Pregătirea examenului.	Discutarea recapitulativa a temelor pentru colocviu.	2 ore
Bibliografie orientativă: Hubbes, László (red.): blog-ul disciplinei: www.szoloszolo.wordpress.com Hubbes, László – Tamás, Dénes: <i>Retorika</i>. (Retorică), Ed. Státus Kiadó, Miercurea Ciuc, 2011, 273 pagini. Aczél, Petra: <i>Új Retorika</i> (Noua retorică), Ed. Kalligram, Pozsony, 2009, 302 pagini. Adamik, Tamás – A. Jaszó, Anna – Aczél, Petra: <i>Retorika</i>. (Retorică), Ed. Osiris, Budapesta, 2004, 712 pagini (capitole selectate). Breton, Philippe: <i>A manipulált beszéd</i>. Ed. Helikon Kiadó, Budapesta, 2000, 210 pagini / <i>Manipularea cuvântului</i>, Ed. Institutul European: Iași, 2006 - https://desauron.files.wordpress.com/2011/12/philippe-breton-manipularea-cuvantului.pdf Kaszás, György: <i>A prezentáció művészete – A hatásos előadás retorikai eszköztára a felkészüléstől a hallgatóság meggyőzéséig</i> (Arta prezentației. Instrumentele retorice ale elocvenței de la pregătire până la persuasiunea audienței), Budapest, HVG Könyvek, 2025, https://hvgkonyvek.hu/public/product/3752/lookinside/prezentacio-muveszete-beleolvaso.pdf Lózsí, Tamás – Tóth M., Zsombor: <i>Mindennapi retorika. Alkalmazott retorika mint a nevelés eszköze</i> (Retorica cotidiană. Retorică aplicată ca instrument pedagogic), Budapest, ELTE TÓK, 2026, https://www.eltereader.hu/kiadvanyok/https-www-eltereader-hu-media-2026-03-toth-m-lozsi-t-mindennapi-retorika-web-pdf/ Máthé, Dénes: <i>Retorika a bölcsészeti oktatásban. Segédlet a retorika tanulmányozásához</i>. (Retorica în formarea filologică. Asistență pentru studiul retoricii), Ed. Ábel Kiadó, Cluj-Napoca, 2006/2007, 164 pagini – accesibil: https://drive.google.com/open?id=1azILPuCOikN355CGmRMiDshbd1Z4E6C&authuser=hubbeslaszlo%40uni.sapientia.ro&usp=drive_fs Țiclea, Alexandru: <i>Arta oratorică</i>, Editura Universul Juridic: București, 2019, 360 pagini. Material suplimentar: Adamik, Tamás – cursuri de oratorie: http://eper.elte.hu/eper.phtml?cim=adamiktamas.html		

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

Abordarea subiectelor se realizează conform tematizării asociațiilor profesionale din domeniul asociațiilor de retorică și oratorie din țară și din străinătate (Magyar Nyelvőr, Magyar Nyelvtudományi Társaság, Anyanyelvűpolók Szövetsége). Am elaborat conținutul disciplinei în așa fel, încât să asigure pregătirea metodică a studenților, luând în considerare cerințele pieței forței de muncă și standardele profesiei.

10. Evaluare

A. Condiții de îndeplinit pentru prezentarea la evaluare:

-

B. Criterii, metode și ponderi în evaluare:

Tip activitate		10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs		Temeinicia cunoașterii teoriilor și metodologiilor de retorică clasică și modernă și prezentarea unui discurs de oratorie la colocviu.	Colocviu după subiecte formulate	75% + 25%
10.5 .	Seminar			
	Laborator	-		
	Proiect	-		
	Practică	-		
10.6. Standard minim de performanță				
- Prezentarea unui discurs oratoric la colocviu. - Cunoașterea diferențelor dintre retorica antică și cea modernă.				

Data completării
07.09.2025.

Semnătura titularului disciplinei
Conf. univ. dr. Hubbes László

Semnătura titularului/rilor de aplicații
Conf. univ. dr. Hubbes László

Data avizării în departament
08.09.2025.

Semnătura directorului de departament
Prof. univ. dr. Nistor Laura

Semnătura responsabilului programului de studii
Conf. univ. dr. Kósa István

FIȘA DISCIPLINEI
pentru anul universitar 2025/26

Aprobat prin decizia Consiliului
Facultății nr. 103/10.09.2025

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Sapientia din Cluj-Napoca
1.2. Facultatea/ DSPP	Facultatea de Științe Economice, Socio-Umane și Inginerești, Miercurea Ciuc
1.3. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.4. Ciclul de studii	Licență
1.5. Programul de studiu	Comunicare și relații publice
1.6. Calificarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.0. Departamentul				Departamentul de Științe Sociale			
2.1. Denumirea disciplinei				Semiotică			
2.2. Tip activitate				Asistat integral	Asistat parțial:		Neasistat
				-	-		-
2.3. Titularul disciplinei /Titularul cursului				Conf. univ. dr. Hubbes László			
2.4. Titularul(ii) activităților de			seminar	Conf. univ. dr. Hubbes László			
			laborator	-			
			proiect	-			
2.5. Anul de studiu	III	2.6. Semestrul	5	2.7. Forma de verificare	E	2.8. Tipul disciplinei	DOB
2.9. Categoria formativă	DD	2.10 Categoria disciplinei	DD	2.11. Codul disciplinei	CBHF0071		

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	5	Din care: 3.2. curs	3	3.3. seminar	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	70	Din care: 3.5. curs	42	3.6. seminar	28
3.7. Numărul de puncte de credit conform planului de învățământ					6
3.8. Total ore pe semestru					168
3.9. Total ore studiu individual					98
3.10. Distribuția fondului de timp:					ore
a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					30

b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	30
c) Pregătire seminarii, teme	30
d) Tutoriat	4
e) Examinări	4
f) Alte activități	

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	
4.2. de competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului	- conexiune internet, proiector, instrumente TIC personale ale studenților
5.2. De desfășurare a seminarului	- conexiune internet, proiector, instrumente TIC personale ale studenților

6. Competențele specifice acumulate

Cunoștințe	Studentul/Absolventul: C.4.3. diferențiază între tipuri de narațiuni, tipuri de raționamente, elemente de logică, teoria argumentării și retorică sau discurs public pentru a clasifica perspective diferite, respectiv evalua argumente în contextul comunicării profesionale.
Aptitudini	Studentul/Absolventul: A.4.2. descoperă erori în argumentație, cadrele sau scheme de interpretare distincte oferite de diferite surse în contextul comunicării profesionale; A.4.3. analizează cuvinte, expresii, semne și simboluri, precum și relația dintre acestea în raport cu conceptele fundamentale ale semioticii și teoriei narative în contextul analizei profesionale a mesajelor media textuale, vizuale, audiovizuale și multimodale;
Responsabilitate și autonomie	Studentul/Absolventul: R.4.3. analizează critic evenimentele curente în politică, economie, comunitățile sociale, sectoarele culturale, pe plan internațional și în sport, precum și tendințele culturale populare, cum ar fi cultura pop și argoul cultural și social și mesajele publice ale persoanele de pe rețelele de socializare / platformele digitale cele mai utilizate în contextul său socio-cultural și profesional.

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Însușirea de către studenți a principalelor concepte ale semioticii, înțelegerea aporturilor aduse de semiotică în studiul și interpretarea limbii și imaginilor ca sistem al semnelor, studierea principalelor
--	---

	simboluri și motive folosite în texte, arte vizuale, cu un accent aparte asupra simbolicii din mass media, respectiv, să cunoască în general domeniile de aplicare ale semioticii (în politică, publicitate, afaceri, relații publice etc.) Formarea viitorilor comunicatori profesionali pentru relații publice, administrație și mass media.
7.2. Obiectivele specifice	La terminarea cursului, studenții trebuie să poată elabora conținuturi de calitate înaltă, ori mesaje publice cu aplicarea conștientă a simbolisticii; respectiv să analizeze, să interpreteze sistematic astfel de mesaje.

8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Fond de timp alocat / Observații
1. Curs introductiv. SIMBOLISTICA: TROPI ȘI FIGURI DE STIL (ROȘU) 1.1 Inventarierea cunoștințelor preliminare din domeniul teoriei comunicației. Prezentarea modului de desfășurare a cursului și a bibliografiei. Prezentarea cerințelor în vederea evaluării și a modalității de evaluare. Distincția dintre simbolistică și semiotică / semiologie, obiectul acestora. Formarea, istoria și separarea acestor domenii, legătura lor cu alte discipline. 1.2 SIMBOLUL. Metafora, Metonimiile 1.2.1 Metafora, Similitudinea, Sinestezia, Personificarea, Alegoria, Simbolul 1.2.2 Metonimia, Sinecdoca 1.2.3 Metafora ca instrument poetic și ca proces cognitiv.	Curs bazat pe prelegere orală, abordare euristică, problematizare, explicație. Prezentarea blog-ului disciplinei: www.jelkepesseg.wordpress.com	3 ore
2. ARHETIPOLOGIA: DE LA SISTEMUL SIMBOLURILOR LA MITURI (PORTOCALIU) 2.1 Gândirea analogică 2.2 Limbajul simbolurilor. Simbolurile cosmice 2.3 Arhetipurile. aspecte psihologice și antropologice (Jung, Frye, Durand, Jankovics) 2.4 Miturile – monomitul 2.5 Schemele imaginarului – opt structuri	Curs bazat pe prelegere orală, susținută de proiecții tip Power Point combinat cu activități interactive cu studenții. Activitatea de pregătire este susținută de blog-ul disciplinei: www.jelkepesseg.wordpress.com	3 ore
3. MITOGRAFIA. (GALBEN) 3.1 Mitologia ca limbă, ca sistem lingvistic 3.2 Tipuri de mituri, mitopoeia 3.3 Cele patru moduri mitice fundamentale 3.3 Mitologeme, mitograme 3.4 Mitologii contemporane	Curs bazat pe prelegere orală, susținută de proiecții tip Power Point combinat cu activități interactive cu studenții. Activitatea de pregătire este susținută de blog-ul disciplinei: www.jelkepesseg.wordpress.com	3 ore

4. SISTEME DE SIMBOLURI I. – MITURILE PRIMĂVERII: COMEDIA (VERDE) 4.1 Simbolistica originilor 4.2 Simbolismul feminin 4.3 Simbolismul apei	Curs bazat pe prelegere orală, susținută de proiecții tip Power Point combinat cu activități interactive cu studenții. Activitatea de pregătire este susținută de blog-ul disciplinei: www.jelkepesseg.wordpress.com	3 ore
5. SISTEME DE SIMBOLURI II. – MITURILE VERII: ROMANȚUL (AVENTURA EROICĂ) (ALBASTRU) 5.1 Epopeele căutării, călătoria, bălălia 5.2 Simbolismul masculin 5.3 Cerul – lumina – înălțimea 5.4 Focul – purificarea / simbolismul focului 5.5 Structurile diarectice – armele – simbolismul metalelor	Curs bazat pe prelegere orală, susținută de proiecții tip Power Point combinat cu activități interactive cu studenții. Activitatea de pregătire este susținută de blog-ul disciplinei: www.jelkepesseg.wordpress.com	3 ore
6. SISTEME DE SIMBOLURI III. – MITURILE TOAMNEI: TRAGEDIA (INDIGO) 6.1 Simbolismul pământului – agricultura 6.2 Secerișul, sacrificiul, țăpul ispășitor 6.2.1 Tabuuri, păcate, pedeapsă 6.3 Fiul 6.4 Moartea, sfârșitul	Curs bazat pe prelegere orală, susținută de proiecții tip Power Point combinat cu activități interactive cu studenții. Activitatea de pregătire este susținută de blog-ul disciplinei: www.jelkepesseg.wordpress.com	3 ore
7. SISTEME DE SIMBOLURI IV. – MITURILE IERNII: GROTESCUL (IRONIA, SATIRA) / CARNAVAL ȘI APOCALIPS (PURPURIU) 7.1 Simbolismul aerului – vântul, furtuna 7.2 Ridicolul – sarcasmul, ironia, satira 7.3 Simbolismul nebuniei, arlechinul, clownul, figura trickster-ului 7.4 Carnavalescul – grotescul – straniu, bizarul, sinistrul, Qoyannisqatsi 7.5 Apocalipticul, eshatologicul, infernalul	Curs bazat pe prelegere orală, susținută de proiecții tip Power Point combinat cu activități interactive cu studenții. Activitatea de pregătire este susținută de blog-ul disciplinei: www.jelkepesseg.wordpress.com	3 ore
8. SEMIOZA. SEMNUL. PROCESELE SEMIOZEI. (VIOLET) 8.1 Noțiunea calității sau procesului de semnificare 8.2 Două concepții de semioză 8.3 Nivelurile și dimensiunile semiozei: sintagmatica, paradigmatica, pragmatica 8.4 Paradigme și sintagme; analiza sintagmatică și paradigmatică	Curs bazat pe prelegere orală, susținută de proiecții tip Power Point combinat cu activități interactive cu studenții. Activitatea de pregătire este susținută de blog-ul disciplinei: www.jelkepesseg.wordpress.com	3 ore
9. STRUCTURILE SEMNULUI, SISTEME DE SEMN, LIMBAJE (INDIGO) 9.0 Semn și informație. Semn și obiect. Paradoxul semnului. Limitele calității de semn. 9.1 Semnificant, semnificat – de Saussure 9.2 Representamen, obiect, interpretant – Peirce	Curs bazat pe prelegere orală, susținută de proiecții tip Power Point combinat cu activități interactive cu studenții. Activitatea de pregătire este	3 ore

9.3 Sisteme de semne – limbaje 9.4 Limbajul semnelor. Sistemul semnelor lingvistice. Limbă și vorbire (<i>Langue, parole</i>) 9.5 Limbajul noțiunilor și limbajul simbolurilor	susținută de blog-ul disciplinei: www.jelkepesseg.wordpress.com	
10. SINTAGMATICA. TIPOLOGIA ȘI CLASIFICĂRILE SEMNELOR (ALBASTRU) 10.1 Iconul, indexul, simbolul – Peirce 10.2. Medialitatea semnelor / auditiv, visual – modalitate, multimodalitate (Kress, Leeuwen, Forceville) 10.3 Semne natural / semne artificiale	Curs bazat pe prelegere orală, susținută de proiecții tip Power Point combinat cu activități interactive cu studenții. Activitatea de pregătire este susținută de blog-ul disciplinei: www.jelkepesseg.wordpress.com	3 ore
11. SEMANTICA. SENS ȘI SEMNIFICARE, INTERPRETARE (VERDE) 11.1 Denotația, designația, conotația 11.2. Text. Semantica textului. Intertextualitate 11.3 Semn și informație – semnul în calitate de cod, codificare – decodificare	Curs bazat pe prelegere orală, susținută de proiecții tip Power Point combinat cu activități interactive cu studenții. Activitatea de pregătire este susținută de blog-ul disciplinei: www.jelkepesseg.wordpress.com	3 ore
12. PRAGMATICA I. SEMIOTICA IMAGINILOR. CITIREA IMAGINILOR (GALBEN) 12.1. Semiotica vizuală. Imaginea ca semn. Imaginea ca reprezentare. Tipuri de imagine. Fiziognomia. 12.2. Iconologia, iconografia, iconica. 12.3. Turnura pictorială. Comunicația vizuală, comunicația multimedială. Memetica digitală.	Curs bazat pe prelegere orală, susținută de proiecții tip Power Point combinat cu activități interactive cu studenții. Activitatea de pregătire este susținută de blog-ul disciplinei: www.jelkepesseg.wordpress.com	3 ore
13. PRAGMATICA II. SEMIOTICA FILMULUI. LIMBAJUL FILMIC, INTERMEDIALITATE (PORTOCALIU) 13.1 Limbajul filmului – Filmul – problema limbajului filmic – există sau nu există? 13.2 Filmul, ca reproducerea lumii 13.3 Filmul, ca sistem de comunicare 13.4 Cinematograful; un sistem complex 13.5 Multimedialitate, intermedialitate, sinergie	Curs bazat pe prelegere orală, susținută de proiecții tip Power Point combinat cu activități interactive cu studenții. Activitatea de pregătire este susținută de blog-ul disciplinei: www.jelkepesseg.wordpress.com	3 ore
14. PRAGMATICA III. SEMIOTICA CULTURII, SEMIOTICA INTERNETULUI (ROȘU) Curs final, recapitulativ 14.1 Cultura, ca sistem al semnelor, semiosfera – noosfera 14.2 Cultura ca text, societatea ca text – semiotica culturii, semnul ca purtător al culturii 14.3 Rețeaua semnelor, semnificația internetului, semiotica lumii digitale 14.4 Două exemple: semiotica publicității și semiotica internetului 14.4.1 Semiotica publicității. Mitologii moderne.	Activități interactive cu studenții: problematizare, explicație, recapitulare. Activitatea de pregătire este susținută de blog-ul disciplinei: www.jelkepesseg.wordpress.com	3 ore

14.4.1 a.Publicitatea – manipulare prin semne și simboluri. Miturile iluziilor cotidiene. 14.4.1 b Mass media: semiotica aplicată – campanii publicitare, campanii electorale 14.4.2 Semiotica Internetului 13.1. Multimedialitate și intertextualitate 13.2. Virtualitatea – un nou sistem de semnificații 13.3. Resimbolizarea realității 13.4. Semne și simboluri în spațiul virtual, comunități simbolice, rețele simbolice; meme – semiotică specială		
<u>Bibliografie obligatorie:</u> Hubbes, László: (blogul disciplinei) www.jelkepesseg.wordpress.com Hubbes László, Tamás Dénes: <i>Szemiotika - Jeltudomány és jelképtan</i> (Semiotică - Studiul semnelor și simbolurilor). Ed: T3 Kiadó, Sfântu Gheorghe, 2021, 188 pagini. https://semeistos.wordpress.com/wp-content/uploads/2022/02/szemiotika-jegyzet-2021-isbn-paged.pdf Danesi, M.: <i>Understanding Media Semiotics</i>. Bloomsbury Publishing, London, 2nd edition, 2018, 318 pagini. Eco, U., <i>Tratat de semiotică generală</i>. Ed. Științifică și Enciclopedică, București, 1982, 444 pagini (capitolele 1-3) Horányi, Ö. – Szépe, Gy. (coord.): <i>A jel tudománya (Știința semnului)</i>, Gondolat / General Press, Budapesta 197 / 2004, 468 pagini (capitolele 1-6). Kapitány, Á. - Kapitány, G. <i>A szimbolizáció – Hogyan cselekszünk szimbólumokkal? (Simbolizarea - Cum acționăm prin simboluri?)</i> Ed. Ventus Kiadó, Budapesta, 2021, 504 pagini (capitolele 1-5). Tánczos, V. <i>Folklórszimbólumok (Simboluri în folclor)</i>, Ed: Kriza János Néprajzi Társaság, BBTE Magyar Néprajz és Antropológia Tanszék, Cluj-Napoca, 2006, 306 pagini. Voigt, V. <i>Bevezetés a szemiotikába (Introducere în semiotică)</i>. Ed: Loisir Kiadó, Budapesta, 2008, 105 pagini. <u>Bibliografie suplimentară:</u> Berger, A. A. <i>Media, Myth, and Society</i>, Palgrave Macmillan, New York, 2013, 133 pagini. Bignell, J. <i>Media Semiotics</i>, Manchester: Manchester University Press (online: Google Books) – capitole Bortun, D. - Borşa, T. <i>Semiotica Vizualului</i>, Universitatea Națională de Arte, București, 2004, 224 pagini (online) Forceville, C.: <i>A Course in Pictorial and Multimodal Metaphor: Preliminary Concepts and Terminology</i> + http://projects.chass.utoronto.ca/semiotics/cyber/cforceville1.pdf http://projects.chass.utoronto.ca/semiotics/cyber/cforceville2.pdf Szilágyi, N. S. (2011-2012): <i>Jelek és szimbólumok (Semne și simboluri) / Szimpatikus embertudomány (Știința umanistică simpatetică)</i>: http://mnytud.arts.unideb.hu/szilagy/szimp_embertud/index.html		
8.2. Seminar	Metode de predare	Fond de timp alocat/ Observații
1. Seminar introductiv. SEMIOTICA SI SIMBOLISTICA (ALB – CURCUBEU) 1.1. Prezentarea dublei structuri (simbolistică și semiotică) a cursului și seminarului – construite pe culorile curcubeului concordate cu tematică specială 1.2. Discuții interactive în legătură cu noțiunea semnificației, semnelor și simbolurilor. Parcurgerea unor texte introductive cu privire la semiotică/ semiologie, respectiv simbolică. 1.3. Distincția dintre simbolistică și semiotică / semiologie, obiectul acestora. Simbolizarea. Formarea, istoria și separarea acestor domenii, respectiv, legătura lor cu alte discipline.	Proiecție de videoclipuri și vizualizări de pagini web. Activități interactive cu studenții, susținute de blog-ul disciplinei: www.jelkepesseg.wordpress.com	2 ore

1.4. Prezentarea temelor de seminar: un proiect “image-voce” individual – referat, respectiv, o analiza semiotica/simbolistica a unui material media 1.5. Prezentarea unor compendii și dicționare de simboluri.		
2. Tema 1-2 2.1. Discutarea noțiunilor legate de primele două cursuri (semnificație, simbolizare și semioza) 2.2. Vizionarea unui film artistic pentru analiză semiotică / simbolică.	Proiecție de film. Referatele studenților prezentate prin proiecții tip Power Point, activități interactive cu studenții. Activitatea de pregătire este susținută de blog-ul disciplinei: www.jelkepesseg.wordpress.com	2 ore
3. Tema 3 3.1. Discutarea noțiunilor și problemelor legate de cursul 3. 3.2. Discutarea, analizarea filmului vizionat. 3.3. Prezentarea și discutarea unor simboluri analiza semiotica a unui continut media, referate de către studenți.	Referatele studenților prezentate prin proiecții tip Power Point, activități interactive cu studenții. Activitatea de pregătire este susținută de blog-ul disciplinei: www.jelkepesseg.wordpress.com	2 ore
4. Tema 4 4.1 Discutarea noțiunilor și problemelor legate de cursul 4. 4.2 . Prezentarea și discutarea unor simboluri, analiza semiotica a unui continut media, referate pe teme teoretice de către studenți.	Referatele studenților prezentate prin proiecții tip Power Point, activități interactive cu studenții. Activitatea de pregătire este susținută de blog-ul disciplinei: www.jelkepesseg.wordpress.com	2 ore
5. Tema 5 5.1 Discutarea noțiunilor și problemelor legate de cursul 5. 5.2. Prezentarea și discutarea unor simboluri, analiza semiotica a unui continut media, referate pe teme teoretice de către studenți.	Referatele studenților prezentate prin proiecții tip Power Point, activități interactive cu studenții. Activitatea de pregătire este susținută de blog-ul disciplinei: www.jelkepesseg.wordpress.com	2 ore
6. Tema 6 6.1. Discutarea noțiunilor și problemelor legate de cursul 6. 6.2. Prezentarea și discutarea unor simboluri, analiza semiotica a unui continut media, referate pe teme teoretice de către studenți.	Referatele studenților prezentate prin proiecții tip Power Point, activități interactive cu studenții. Activitatea de pregătire este susținută de blog-ul disciplinei: www.jelkepesseg.wordpress.com	2 ore
7. Tema 7. 7.1. Discutarea noțiunilor și problemelor legate de cursul 7. 7.2. Prezentarea și discutarea unor simboluri, analiza semiotica a unui continut media, referate pe teme teoretice de către studenți.	Referatele studenților prezentate prin proiecții tip Power Point, activități interactive cu studenții. Activitatea de pregătire este susținută de blog-ul disciplinei: www.jelkepesseg.wordpress.com	2 ore
8. Tema 8 8.1. Discutarea noțiunilor și problemelor legate de cursul 8. 8.2. Prezentarea și discutarea unor simboluri, analiza semiotica a unui continut media, referate pe teme teoretice de către studenți.	Referatele studenților prezentate prin proiecții tip Power Point, activități interactive cu studenții. Activitatea de pregătire este susținută de blog-ul disciplinei: www.jelkepesseg.wordpress.com	2 ore
9. Tema 9 9.1. Discutarea noțiunilor și problemelor legate de cursul 9. 9.2. Prezentarea și discutarea unor simboluri, analiza semiotica a unui continut media, referate pe teme teoretice de către studenți.	Referatele studenților prezentate prin proiecții tip Power Point, activități interactive cu studenții. Activitatea de pregătire este susținută de blog-ul disciplinei: www.jelkepesseg.wordpress.com	2 ore
10. Tema 10 10.1. Discutarea noțiunilor și problemelor legate de cursul 10.	Referatele studenților prezentate prin proiecții tip Power Point, activități interactive cu studenții.	2 ore

10.2. Prezentarea și discutarea unor simboluri, analiza semiotica a unui continut media, referate pe teme teoretice de către studenți.	Activitatea de pregătire este susținută de blog-ul disciplinei: www.jelkepesseg.wordpress.com	
11. Tema 11 11.1. Discutarea noțiunilor și problemelor legate de cursul 11. 11.2. Prezentarea și discutarea unor simboluri, analiza semiotica a unui continut media, referate pe teme teoretice de către studenți.	Referatele studenților prezentate prin proiecții tip Power Point, activități interactive cu studenții. Activitatea de pregătire este susținută de blog-ul disciplinei: www.jelkepesseg.wordpress.com	2 ore
12. Tema 12 12.1. Discutarea noțiunilor și problemelor legate de cursul 12. 12.2. Prezentarea și discutarea unor simboluri, analiza semiotica a unui continut media, referate pe teme teoretice de către studenți.	Referatele studenților prezentate prin proiecții tip Power Point, activități interactive cu studenții. Activitatea de pregătire este susținută de blog-ul disciplinei: www.jelkepesseg.wordpress.com	2 ore
13. Tema 13 13.1. Discutarea noțiunilor și problemelor legate de cursul 13. 13.2. Prezentarea și discutarea unor simboluri, analiza semiotica a unui continut media, referate pe teme teoretice de către studenți.	Referatele studenților prezentate prin proiecții tip Power Point, activități interactive cu studenții. Activitatea de pregătire este susținută de blog-ul disciplinei: www.jelkepesseg.wordpress.com	2 ore
14. Seminar recapitulativ. 14.1. Discutarea noțiunilor și problemelor legate de cursul 13. 14.2. Prezentarea și discutarea unor simboluri, analiza semiotica a unui continut media, referate pe teme teoretice de către studenți. 14.3. Pregătirea examenului.	Referatele studenților prezentate prin proiecții tip Power Point, activități interactive cu studenții. Activitatea de pregătire este susținută de blog-ul disciplinei: www.jelkepesseg.wordpress.com	2 ore

Bibliografie obligatorie:

Hubbes, László: (blogul disciplinei) www.jelkepesseg.wordpress.com

Hubbes László, Tamás Dénes: *Szemiotika - Jeltudomány és jelképtan* (Semiotică - Studiul semnelor și simbolurilor). Ed: T3 Kiadó, Sfântu Gheorghe, 2021, 188 pagini.

Danesi, M.: *Understanding Media Semiotics*. Bloomsbury Publishing, London, 2nd edition, 2018, 318 pagini.

Eco, U., *Tratat de semiotică generală*. Ed. Științifică și Enciclopedică, București, 1982, 444 pagini (capitolele 1-3)

Horányi, Ö. – Szépe, Gy. (coord.): *A jel tudománya (Știința semnului)*, Gondolat / General Press, Budapesta 197 / 2004, 468 pagini (capitolele 1-6).

Kapitány, Á. - Kapitány, G. *A szimbolizáció – Hogyan cselekszünk szimbólumokkal? (Simbolizarea - Cum acționăm prin simboluri?)* Ed. Ventus Kiadó, Budapesta, 2021, 504 pagini (capitolele 1-5).

Tánczos, V. *Folklórszimbólumok (Simboluri în folclor)*, Ed: Kriza János Néprajzi Társaság, BBTE Magyar Néprajz és Antropológia Tanszék, Cluj-Napoca, 2006, 306 pagini.

Voigt, V. *Bevezetés a szemiotikába (Introducere în semiotică)*. Ed: Loisir Kiadó, Budapesta, 2008, 105 pagini.

Bibliografie suplimentară:

Berger, A. A. *Media, Myth, and Society*, Palgrave Macmillan, New York, 2013, 133 pagini.

Bignell, J. *Media Semiotics*, Manchester: Manchester University Press (online: Google Books) – capitole

Bortun, D. - Borșa, T. *Semiotica Vizualului*, Universitatea Națională de Arte, București, 2004, 224 pagini (online)

Forceville, C.: *A Course in Pictorial and Multimodal Metaphor: Preliminary Concepts and Terminology*
<http://projects.chass.utoronto.ca/semiotics/cyber/cforceville1.pdf>
<http://projects.chass.utoronto.ca/semiotics/cyber/cforceville2.pdf>

Szilágyi, N. S. (2011-2012): *Jelek és szimbólumok (Semne și simboluri) / Szimpatikus embertudomány (Știința umanistică simpatetică)*: http://mnytud.arts.unideb.hu/szilagyi/szimp_embertud/index.html

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

Abordarea subiectelor se realizează conform tematizării asociațiilor profesionale din domeniul asociațiilor de semiotică din țară și din străinătate (Magyar Szemiotikai Társaság, International Association for Semiotic Studies - Association Internationale de Sémiotique.).
Abordarea subiectelor a fost elaborată în concordanță cu misiunea și obiectivele specializării.

10. Evaluare

A. Condiții de îndeplinit pentru prezentarea la evaluare:

Prezența la examen este condiționată de prezența la minim 70% din activitățile de seminarii. Studenții care din motive obiective nu vor avea cerințele minime de prezență, pot compensa aceste criterii prin elaborarea a două proiecte individuale și/sau vizionarea integrală și conspectarea cursului multimedia a profesorului Szilágyi N. (vezi bibliografia). Aceste lucrări se realizează, obligatoriu, în mod individual și se prezintă cel târziu în cadrul ultimei ore de seminar.

B. Criterii, metode și ponderi în evaluare:

Tip activitate		10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs		Temeinicia cunoașterii teoriilor și metodologiilor de retorică clasică și modernă.	Examen oral	60%
10.5 .	Seminar	Aplicarea cu succes a metodologiilor de semiotică și simbolistică în cadrul temelor de seminar. Prezentarea semiotică a cel puțin două simboluri.	Evaluare pe parcurs	40%
	Laborator	-		
	Proiect			
	Practică	-		

10.6. Standard minim de performanță
Cunoașterea elementelor definitorii ale semioticii și simbolisticii prin utilizarea unor concepte de bază ale disciplinei. Capacitatea de a folosi un limbaj de specialitate la colocviu.

Data completării
07.09.2025.

Semnătura titularului disciplinei
Conf. univ. dr. Hubbes László

Semnătura titularului/rilor de aplicații
Conf. univ. dr. Hubbes László

Data avizării în departament
08.09.2025.

Semnătura directorului de departament
Prof. univ. dr. Nistor Laura

Semnătura responsabilului programului de studii
Conf. univ. dr. Kósa István