

## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Babeș-Bolyai din Cluj Napoca
1.2. Facultatea	Facultatea de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării
1.3. Departamentul	Departamentul de Comunicare, Relații Publice și Publicitate
1.4. Domeniul de studii	Științe ale Comunicării
1.5. Ciclul de studii	Master
1.6. Programul de studii / Calificarea	Relații Publice
1.7. Forma de învățământ	Învățământ cu frecvență redusă

### 2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	<b>COMUNICARE, PERSUASIUNE, MANIPULARE</b>			Codul disciplinei	UMR4314			
2.2. Titularul activităților de curs – Coordonatorul de disciplină	Lect. univ. dr. Corina Rotar							
2.3. Titularul activităților de seminar / laborator / proiect – asistent	Lect. univ. dr. Corina Rotar							
2.4. Anul de studiu		2.5. Semestrul		2.6. Tipul de evaluare		2.7. Regimul disciplinei	Conținut	Felul disciplinei <b>DS</b>
	<b>I</b>		<b>1</b>		<b>CO N</b>		Obligativitate	Obligatorie <b>/DA</b> opțională

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

3.1. Număr de ore pe săptămână – forma cu frecvență	<b>2</b>	din care: 3.2. curs	<b>2</b>	3.3. seminar/ laborator/ proiect	<b>0</b>
3.4. Total ore pe semestru – forma Învățământ la distanță	125	din care: 3.5. SI <b>SI = număr ECTS x 25ore/credit – (ST+SF+L/P)</b>	<b>111</b>	3.6. ST (nr ore) + SF ( nr ore)	<b>7+ 7= 14</b>
<b>Distribuția fondului de timp pentru studiul individual</b> (se detaliază punctul 3.5. SI = 3.5.1+3.5.2.+3.5.3+3.5.4.+3.5.5+3.5.6.)					<b>ore</b>
3.5.1. Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					45
3.5.2. Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					35
3.5.3. Pregătire seminare/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri (mai mare sau egal cu nr. total ore prevăzut în calendarul disciplinei pentru temele de control)					25
3.5.4. Tutoriat (consiliere profesională)					2
3.5.5. Examinări					2
3.5.6. Alte activități [de ex.: comunicare bidirecțională cu titularul de disciplină / tutorele]					2

<b>3.7. Total ore studiu individual</b>	<b>111</b>
<b>3.8. Total ore pe semestru</b> (număr ECTS x 25 de ore)	<b>125</b>
<b>3.9. Numărul de credite</b>	<b>5</b>

#### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

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

#### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	
5.2. de desfășurare a seminarului/ laboratorului/ proiectului	Nu e cazul

#### 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Înțelegerea și utilizarea limbajului de specialitate din științele comunicării;</li> <li>- Definirea și utilizarea principalelor concepte specifice domeniului de planificare și strategie PR și adecvate dezvoltării unui produs sau unei campanii de PR</li> <li>- Dezvoltarea abilităților de analiză a diferitelor tipuri de audiență și tipuri de media;</li> <li>- Identificarea, înțelegerea și utilizarea teoriilor cu privire la segmentarea publicului țintă, respectiv, la modul de planificare al unei campanii de PR</li> <li>- Dezvoltarea abilităților de analiză și de utilizare a instrumentelor, metodelor, tehnicilor și strategiilor specifice domeniului relațiilor publice;</li> <li>- Formularea de ipoteze, operaționalizarea conceptelor, explicarea și interpretarea comunicării strategice</li> <li>- Analiza datelor empirice, evaluarea acestora</li> <li>- Realizarea și promovarea unor produse specifice relațiilor publice;</li> <li>- Dezvoltarea și implementarea ideilor creative</li> <li>- Identificarea și utilizarea unor indicatori relevanți pentru evaluarea rezultatelor campaniilor din domeniu comparativ cu așteptările publicului / audienței</li> <li>- Dezvoltarea abilităților de analiză și concepție a campaniilor de relații publice (mesaje de relații publice, planuri media, machete de presă, evenimente de relații publice etc.).</li> <li>- Elaborarea unor planuri strategice în cadrul procesului de comunicare</li> <li>- Elaborarea unor proiecte de cercetare în domeniul planificării și comunicării strategice</li> <li>- Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC) proprii domeniului comunicării;</li> </ul>
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Abordare teoretică și empirică argumentată</li> <li>- Gândire critică</li> <li>- Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară</li> <li>- Capacitate de analiză</li> <li>- Rezolvarea în mod realist - cu argumentare atât teoretică, cât și practică - a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora;</li> <li>- Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă într-o echipă multidisciplinară, cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice;</li> <li>- Autoevaluarea obiectivă a nevoii de formare profesională în scopul inserției și a menținerii adaptabilității la cerințele pieței muncii</li> </ul>

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Prin intermediul acestui curs urmărim să oferim o perspectivă cât mai cuprinzătoare și mai profundă asupra fenomenului comunicării și mai ales asupra dimensiunii pragmatice a comunicării.
7.2. Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Dobândirea și înțelegerea unor cunoștințe teoretice de bază privind comunicarea. Aceasta va fi abordată în implicațiile ei filozofice, ca formă fundamentală de manifestare a funcției semiotice.</li> <li>-Cunoașterea și internalizarea unor teorii consacrate în domeniul filozofiei limbajului;</li> <li>-Perceperea limbajului în dubla sa dimensiune: cognitivă și comunicativă;</li> <li>-Definirea persuasiunii și precizarea condițiilor care o circumscriu. Delimitarea ei de argumentare și de demonstrație;</li> <li>-Definirea manipulării și delimitarea acesteia de noțiunile de mai sus;</li> <li>-Utilizarea noțiunilor teoretice în studiul și analiza unor cazuri practice.</li> </ul>

## 8. Conținuturi

8.1. SI [Modulele/capitolele din cursul elaborat în tehnologia ID]	Metode de predare	Observații
Preliminarii teoretice De la structuralism la deconstructivism - Modificări de paradigmă	Studiu individual	20% din total SI
Perspectivă semiotică asupra comunicării	Studiu individual	10% din total SI
Comunicarea verbală. Limbajul din perspectivă semiotică	Studiu individual	10% din total SI
Funcțiile limbajului	Studiu individual	10% din total SI
Elemente de retorică	Studiu individual	10% din total SI
Persuasiunea. Condiționări și limite ale fenomenului. Caracteristici esențiale.	Studiu individual	10% din total SI
Manipularea. Radiografia unei forme de patologie a comunicării	Studiu individual	10% din total SI
Competența comunicativă	Studiu individual	10% din total SI
Recapitulare	Studiu individual	10% din total SI

### Bibliografie:

#### SUPPORT DE CURS:

Rotar, Corina. *Comunicare, persuasiune, manipulare*, Facultatea de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării, Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca (suportul de curs este pus la dispoziția masteranzilor pe platforma moodle).

#### BIBLIOGRAFIE ORIENTATIVĂ:

Bougnoux, Daniel. *Introducere în științele comunicării*, traducere Violeta Vintilescu, Iași, Polirom, 2000

Boutaud, Jean-Jacques. *Comunicare, semiotică și semne publicitare*, prefață de Yves Jeanneret, traducere de Diana Bratu și Mihaela Bonescu, București, Tritonic, 2004  
 John Deely. *Bazele semioticii*, traducere de Mariana Neț, București, All, 1997  
 Pârvu, Ilie. *Filozofia comunicării*, Editura Facultății de Comunicare și Relații Publice „David Ogilvy”, București, 2001  
 Dinu, Mihai. *Comunicarea*, Editura Orizonturi, 2007  
 Reboul Anne; Moeschler, Jacques. *Pragmatica, azi*, traducere de Liana Pop, Echinoux, Cluj, 2001  
 Larson, Charles. *Persuasiunea. Receptare și responsabilitate*, traducere de Odette Arhip, Iași, Polirom, 2003  
 Kellner, Douglas. *Cultura media*, traducere de Teodora Ghiviriză și Liliana Scărlătescu, prefață de Adrian Dinu Rachieru, Iași, Institutul European, 2001

<b>8.2. ST [Temele seminariilor desfășurate prin intermediul platformei/temele de control, conform calendarului disciplinei]</b>	Metode de predare-învățare	Observații
Exerciții individuale din suportul de curs	Studiu individual + interacțiune cu tutorele	Discuții pe marginea acestor exerciții realizate individual au loc în cadrul întâlnirilor față în față sau în cadrul întâlnirilor online.
Valorificarea comentariilor din curs și din bibliografia indicată pentru a alcătui texte de tip eseu	Analiză individuală + Interacțiune cu tutorele	Discutarea modului de abordare și a construcției unei linii de argumentare

**Bibliografie:**

**SUPPORT DE CURS:**  
 Rotar, Corina. *Comunicare, persuasiune, manipulare*, Facultatea de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării, Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca  
 (suportul de curs este pus la dispoziția masteranzilor pe platforma moodle).

**BIBLIOGRAFIE ORIENTATIVĂ:**

Bougnoux, Daniel. *Introducere în științele comunicării*, traducere Violeta Vintilescu, Iași, Polirom, 2000  
 Boutaud, Jean-Jacques. *Comunicare, semiotică și semne publicitare*, prefață de Yves Jeanneret, traducere de Diana Bratu și Mihaela Bonescu, București, Tritonic, 2004  
 John Deely. *Bazele semioticii*, traducere de Mariana Neț, București, All, 1997  
 Pârvu, Ilie. *Filozofia comunicării*, Editura Facultății de Comunicare și Relații Publice „David Ogilvy”, București, 2001  
 Dinu, Mihai. *Comunicarea*, Editura Orizonturi, 2007  
 Reboul Anne; Moeschler, Jacques. *Pragmatica, azi*, traducere de Liana Pop, Echinoux, Cluj, 2001  
 Larson, Charles. *Persuasiunea. Receptare și responsabilitate*, traducere de Odette Arhip, Iași, Polirom, 2003  
 Kellner, Douglas. *Cultura media*, traducere de Teodora Ghiviriză și Liliana Scărlătescu, prefață de Adrian Dinu Rachieru, Iași, Institutul European, 2001

<b>8.3. SF [Modulele/Capitolele/Temele seminariilor dezbătute în cadrul întâlnirilor față în față, conform calendarului disciplinei]</b>	Metode de transmitere a informației	Observații
Modificări de paradigmă în deceniile ultime ale secolului XX. Tendințe majore detectabile în societatea modernă și în cea postmodernă	Prezentare orală/ Activități interactive	
Comunicare ca formă de edificare și de exprimare a identității individuale	Prezentare orală/ Activități interactive	
Bibliografie:		
SUPPORT DE CURS: Rotar, Corina. <i>Comunicare, persuasiune, manipulare</i> , Facultatea de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării, Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca (suportul de curs este pus la dispoziția masteranzilor pe platforma moodle).		
BIBLIOGRAFIE ORIENTATIVĂ:		
Bougnoux, Daniel. <i>Introducere în științele comunicării</i> , traducere Violeta Vintilescu, Iași, Polirom, 2000		
Boutaud, Jean-Jacques. <i>Comunicare, semiotică și semne publicitare</i> , prefață de Yves Jeanneret, traducere de Diana Bratu și Mihaela Bonescu, București, Tritonic, 2004		
John Deely. <i>Bazele semioticii</i> , traducere de Mariana Neț, București, All, 1997		
Pârvu, Ilie. <i>Filozofia comunicării</i> , Editura Facultății de Comunicare și Relații Publice „David Ogilvy”, București, 2001		
Dinu, Mihai. <i>Comunicarea</i> , Editura Orizonturi, 2007		
Reboul Anne; Moeschler, Jacques. <i>Pragmatica, azi</i> , traducere de Liana Pop, Echinoux, Cluj, 2001		
Larson, Charles. <i>Persuasiunea. Receptare și responsabilitate</i> , traducere de Odette Arhip, Iași, Polirom, 2003		
Kellner, Douglas. <i>Cultura media</i> , traducere de Teodora Ghiviriză și Liliana Scărlătescu, prefață de Adrian Dinu Rachieru, Iași, Institutul European, 2001		
<b>8.4. L/P [conform calendarului disciplinei]</b>	Metode de predare- învățare	Observații
Bibliografie: [se va trece OBLIGATORIU și cursul elaborat în tehnologia ID]		

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

În elaborarea conținutului disciplinei *Discursuri direcționate și tehnici de prezentare* s-a ținut cont de opinia specialiștilor care lucrează în domeniul comunicării în vederea alinierii competențelor cursului la cerințele pieței.

Având în vedere că titularul acestui curs activează în industria de PR, în calitate de specialist în PR în cadrul Direcției Comunicare și PR UBB, abordarea din cadrul cursului este una pragmatică, adaptată la realitățile pieței de comunicare și relații publice.  
De asemenea, s-au luat în considerare conținuturile disciplinelor similare oferite de universități prestigioase din lume care au programe de relații publice.

## 10. Evaluare

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
<b>10.4. SI (curs)</b>	- evaluarea cunoștințelor acumulate și a înțelegerii acestora prin modul în care sunt utilizate - evaluarea modului în care este utilizată terminologia specifică - evaluarea calității argumentelor prezentate	Examen	50%
<b>10.5. ST /L/ P</b>	- evaluarea observațiilor făcute - evaluarea propunerilor aduse pe baza observațiilor - evaluarea argumentelor	Analiză eseuri Exerciții individuale din suportul de curs	30% 20%
<p><b>10.6. Standard minim de performanță</b> La finalul semestrului, studenții trebuie să înțeleagă în profunzime fenomenului comunicării și mai ales asupra dimensiunea pragmatică a comunicării Pentru nota minimă, un student trebuie fie să elaboreze o analiză foarte bună la examen, fie să rezolve foarte bine cerințele care țin de seminar.</p>			

Coordonator de disciplină  
Lect. univ. dr. Corina Rotar

Asistent  
Lect. univ. dr. Corina Rotar




Data  
Octombrie 2017

Responsabil de studii ID/IFR,  
Prof. univ. dr. Delia Cristina Balaban