

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Politehnica Timișoara
1.2 Facultatea ¹ / Departamentul ²	Științe ale Comunicării / Comunicare și Limbi Străine
1.3 Domeniul de studii (denumire/cod ³)	Științe ale comunicării/ 40 30 10
1.4 Ciclul de studii	Master
1.5 Programul de studii (denumire/cod/calificarea)	Comunicare în afaceri

2. Date despre disciplină

2.1a Denumirea disciplinei/Categoria formativă ⁴			Principii și strategii discursive în mediul de afaceri								
2.1b Denumirea disciplinei în limba engleză			Discursive principles and strategies in business								
2.2 Titularul activităților de curs			Conf. dr. Lavinia Suci								
2.3 Titularul activităților aplicative ⁵			Conf. dr. Lavinia Suci								
2.4 Anul de studiu ⁶		I	2.5 Semestrul		2	2.6 Tipul de evaluare		E	2.7 Regimul disciplinei ⁷		DS

3. Timp total estimat - ore pe semestru (activități directe (asistate integral), activități asistate parțial și activități neasistate⁸)

3.1 Număr de ore asistate integral/săptămână	4 , din care:	ore curs	2	ore seminar/laborator/proiect			2
3.1* Număr total de ore asistate integral/sem.	56 , din care:	ore curs	28	ore seminar/laborator/proiect			28
3.2 Număr total de ore desfășurate on-line asistate integral/sem.	20 , din care:	ore curs	10	ore seminar/laborator/proiect			10
3.3 Număr de ore asistate parțial/săptămână	, din care:	ore proiect, cercetare		ore practică		ore elaborare lucrare de disertație	
3.3* Număr total de ore asistate parțial/semestru	, din care:	ore proiect cercetare		ore practică		ore elaborare lucrare de disertație	
3.4 Număr de ore activități neasistate/săptămână	6,7 , din care:	ore documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					2
		ore studiu individual după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					2
		ore pregătire seminarii/laboratoare, elaborare teme de casă și referate, portofolii și eseuri					2,7
3.4* Număr total de ore activități neasistate/ semestru	94 , din care:	ore documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					28
		ore studiu individual după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					28
		ore pregătire seminarii/laboratoare, elaborare teme de casă și referate, portofolii și eseuri					37,7
3.5 Total ore/săptămână ⁹	10,7						
3.5* Total ore/semestru	150						
3.6 Număr de credite	6						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Noțiuni de bază din domeniul comunicării
4.2 de rezultate ale învățării	- Utilizarea calculatoarelor, nivel mediu - Utilizare internet, nivel mediu

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	Sală dotată cu video-proiector, conexiune Internet, tablă
5.2 de desfășurare a activităților practice	Sală dotată cu video-proiector, conexiune Internet, tablă

6. Rezultatele învățării la formarea cărora contribuie disciplina

Cunoștințe	C1 Definește și diferențiază conceptele de branding, reputație publică și management al imaginii C2. Identifică tipurile de narațiuni și de raționamente logice și explică elementele de retorică necesare pentru a distinge perspectivele într-o dezbatere. C3 Identifică și descrie canalele de comunicare și caracteristicile lor; evaluează avantajele fiecărui canal pentru audiențe diverse. C4 Explică principiile strategiei organizaționale și modul în care acestea fundamentează acțiunile cotidiene de comunicare și corelează aceste principii cu acțiunile profesionale. C8 Identifică platformele și aplicațiile de management al conținutului și explică funcțiile lor de bază în comunicarea digitală C10 Dezvoltă strategii de marketing digital specifice platformelor de comunicare socială și identifică instrumentele digitale asociate acestor strategii C11 Recunoaște tipologia diferitelor tipuri de conflict în mediul organizațional, explică metodele și tehnicile de gestionare a conflictelor și prezintă rolul comunicării în rezolvarea disputelor. C14 Enumeră diferite tehnici de comunicare interpersonală și de grup și le utilizează eficient în funcție de context. C22. Indică tehnicile de promovare și persuasiune și evidențiază avantajele unei idei, ale unui produs sau serviciu în funcție de publicul țintă și context.
Abilități	- A1: Aplică metode de analiză a imaginii publice a unei organizații și propune soluții de consolidare a acesteia - A2. Susține mesaje persuasive utilizând o structură argumentativă solidă și tehnici retorice adecvate, prezentând ideile într-o manieră convingătoare - A3. Folosește în mod adecvat canalele de comunicare potrivite mesajului și publicului țintă, integrând atât mijloacele clasice, cât și pe cele moderne, pentru a transmite eficient informația - A4. Aplică în practică direcțiile strategice ale organizației în activitatea curentă de comunicare, asigurând coerența între obiectivele strategice ale afacerii și mesajele cotidiene - A8. Utilizează sisteme de gestionare a conținutului pentru a crea, organiza și publica materiale de comunicare online - A10. Implementează campanii de comunicare pe rețelele sociale, adaptând conținutul și tonul mesajelor la fiecare platformă și la publicul țintă, urmărind atingerea obiectivelor de marketing stabilite - A11. Aplică tehnici de mediere și negociere în situații conflictuale la locul de muncă, facilitând dialogul între părțile implicate și ajutând la identificarea unor soluții amiabile și echitabile pentru toate părțile - A14. Folosește în mod fluent și adecvat tehnicile de comunicare potrivite situației, asigurându-se că mesajul este clar, bine structurat și că atinge impactul dorit asupra receptorilor - A22. Susține și promovează activ idei inovatoare, produse sau servicii, atât în interiorul organizației cât și în exterior, adaptând mesajul și canalul de comunicare pentru a genera interes și a convinge audiența de valoarea propunerii.
Responsabilitate și autonomie	- RA1. Oferă consiliere și implementează procese și soluții strategice privind gestionarea imaginii publice și branding - RA2. Implementează și respectă procese și soluții strategice privind argumentarea strategică în negocieri de afaceri - RA3. Respectă și operaționalizează procese și soluții strategice privind utilizarea canalelor de comunicare corporate și digitale - RA4. Implementează procese și soluții strategice privind integrarea fundamentului strategic în planurile de afaceri - RA8. Gestionează și oferă soluții strategice privind utilizarea software-ului pentru content management - RA10. Implementează procese și soluții privind strategiile de marketing digital și social media - RA11. Respectă și exercită procese și soluții strategice privind gestionarea conflictelor organizaționale - RA14. Asigură și monitorizează procese și soluții strategice privind tehnicile de comunicare în organizații - RA 22. Asigură și monitorizează procese și soluții strategice privind promovarea ideilor, produselor și serviciilor

7. Obiectivele disciplinei (asociate rezultatelor învățării specifice acumulate)

- Dezvoltarea abilităților de identificare și aplicare a principiilor discursive
- Identificarea strategiilor discursive
- Aplicarea corectă a strategiilor discursive în situații de comunicare diferite

8. Conținuturi

8.1 Curs	Număr de ore	Din care on-line	Metode de predare
1 Rolul principiilor și strategiilor în comunicarea verbală orală și scrisă a organizației: Implicitul în crearea relației pozitive 1.1. Metacomunicarea și construirea identității organizației	2	0	Expunere, prelegere, conversație,
2. Reflectarea componentelor comunicării în mesaj	2	0	

3.Implicitul discursului	2	0	explicație, exemplu, discuție, utilizare Internet
4.Principii discursive: al cooperării, al politeții, al relevanței	2	0	
5. Studiu de caz: Funcționarea principiilor discursive în inferența pragmatică în discursul instituțional de tip semnătură	2	2	
6.Strategii de realizare a actelor de vorbire (acord, dezacord, solicitare, promisiune)	2	2	
7.Strategii conversaționale. Strategiile de implicare	2	2	
8. Sistemul politeții. Politețe pozitivă și negativă	2	2	
9.Strategii de politețe negativă și pozitivă	2	2	
10.Retorica. Strategii argumentative	2	0	
11.Locurile argumentative	2	0	
12.Intertextualitatea	2	0	
13.Patem și strategia de patemizare	2	0	
14.Retorica iconică	2	0	
Bibliografie ¹⁰ Suciu Lavinia, Qualitative research approaches and designs: discourse analysis, in Tienrney, J., Rizvi Fazal and Erkican Kadriye, International Encyclopedia of Education, Fourth Edition, Elsevier Science, 2023 Suciu, Lavinia, „Introductory Chapter: Discourse and Discourse Analysis. A Retrospective Approach”, in L. Suciu (ed.), <i>Advances in Discourse Analysis</i> , INTECHOPEN LIMITED London, UK, p. 3-15, Print ISBN: 978-1-78985-757-3 Online ISBN 978-1-78985-758-0, DOI: 10.5772/intechopen.82823 Suciu, Lavinia, <i>În căutarea sensului. De la analiza discursului la design-ul comunicării</i> , Ed. Casa Cărții de Știință Cluj & Orizonturi Universitare, Timișoara, 2014 Suciu, Lavinia, <i>Discursul-semnătură al Instituției. Miza unei identități și premisa unei relații</i> , Ed. Orizonturi Universitare, Timișoara, 2005 Roventă-Frumușani, Daniela, <i>Analiza discursului. Ipoteze și Ipostaze</i> . Tritonic, București, 2004 Duarte, Nancy, <i>Resonate: Present Visual Stories that transform Audiences</i> , 2010, disponibil http://ceciliayeung.com/wpcontent/uploads/2013/03/resonate-nancy-duarte.pdf Suciu, Lavinia, Kilyeni, Annamaria, <i>Ghid de comunicare scrisă și orală</i> , Ed Casa Cărții de Știință Cluj & Orizonturi Universitare, Timișoara, 2015			

8.2 Activități aplicative ¹¹	Număr de ore	Din care on-line	Metode de predare
1.Analiza comunicării proiective ca strategie în discursul organizației.	2	0	Analiză, analiza comparativă, conversație, dezbateri, exemplu, simulare, problematizare, utilizarea TIC
2.Analiza comunicării predictive ca strategie în discursul organizației.	2	0	
3.Identificarea componentelor discursive în genuri RP Dezbateri privind efectul lor asupra comunicării	2	0	
4.Identificarea cazurilor de aplicare și a celor de încălcare a principiilor discursive	2	0	
5.Analiza funcționării principiilor discursive în orientarea semantică a mesajului	2	2	
6.Exerciții de descifrare a sensului conținutului implicit al discursului prin aplicarea principiilor discursive	2	2	
7.Analiza strategiilor de realizare a actelor de limbaj în eșantioane de comunicare RP Identificarea diferitelor tipuri de strategii; Analiza efectelor și a implicațiilor acestora; Interpretarea rezultatelor analizei	2	2	
8.Exerciții de aplicare a strategiilor	2	2	
9.Analiza simbolisticii din discursul organizației ca strategie argumentativă	2	2	
10. Analiza efectului produs prin aplicarea strategiilor de politețe pozitivă și negativă	2	0	
11. Identificarea și analiza locurilor argumentative în discursul publicitar și în cel instituțional	2	0	
12. Analiza intertextualității ca strategie persuasivă în discursului publicitar	2	0	
13. Exerciții de aplicare a retoricii de patemizare în discurs și analizarea efectului produs	2	0	
14. Exerciții de aplicare a procedeeleor retorice în imagine	2	0	

	Bibliografie ¹² Roventă-Frumușani, Daniela, <i>Analiza discursului. Ipoteze și Ipoteze</i> . Tritonic, București, 2005 Reynolds, Garr, - <i>Presentation Zen: Simple Ideas on Presentation Design and Delivery</i> http://www.garreynolds.com/Presentation/pdf/presentation_tips.pdf , 2008 Floyd, Kory, <i>Comunicarea interpersonală</i> , Ed. Polirom, Iași, 2013 Suciu, Lavinia, <i>În căutarea sensului. De la analiza discursului la design-ul comunicării</i> , Ed. Orizonturi Universitare, Timișoara, Casa Cărții de Știință Cluj, 2014 Suciu, Lavinia, <i>Discursul-semnătură al Instituției. Miza unei identități și premisa unei relații</i> , Ed. Orizonturi Universitare, Timișoara, 2005
--	---

9. Evaluare

Tip activitate	9.1 Criterii de evaluare ¹³	9.2 Metode de evaluare	9.3 Pondere din nota finală
9.4 Curs	Cunoașterea noțiunilor și conceptelor fundamentale.	Examen scris	50%
9.5 Activități aplicative	S: calitatea și cantitatea intervențiilor din seminar, calitatea și corectitudinea portofoliului	Întrebări, prezentare portofoliu	50%
	L:		
	P:		
	Pr:		
	Tc-R ¹⁴ :		
9.6 Standard minim de performanță (volumul de cunoștințe minim necesar pentru promovarea disciplinei și modul în care se verifică stăpânirea lui) ¹⁵			
Conștientizarea rolului principiilor și strategiilor discursive în comunicarea în afaceri pentru nota 5			
Identificarea și aplicarea corectă a principiilor și strategiilor discursive în comunicarea în afaceri pentru nota 10			

Data completării

| |

Titular de curs
(semnătura)

| |

Titular activități aplicative
(semnătura)

| |

Director de departament
(semnătura)

| Prof. univ. dr. Vasile Gherheș |

Data avizării în Consiliul Facultății¹⁶

Decan
(semnătura)

| Prof. univ. dr. Daniel Dejica-Carțîș |