

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA TEHNICĂ DIN CLUJ-NAPOCA, CENTRUL UNIVERSITAR NORD BAIA MARE
1.2 Facultatea	LITERE
1.3 Departamentul	ȘTIINȚE SOCIO-UMANE, TEOLOGIE, ARTE
1.4 Domeniul de studii	ȘTIINȚE ALE COMUNICĂRII
1.5 Ciclul de studii	LICENȚĂ
1.6 Programul de studii / Calificarea	COMUNICARE ȘI RELAȚII PUBLICE
1.7 Forma de învățământ	IF – învățământ cu frecvență

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	FILOSOFIA COMUNICĂRII				Codul disciplinei	CRP 35.10
2.2 Titularul de curs	Lector univ. dr. Raluca Iulia BANCOȘ (iulia.bancos@ssuta.utcluj.ro)					
2.3 Titularul activităților de seminar / laborator / proiect / practică	Lector univ. dr. Raluca Iulia BANCOȘ (iulia.bancos@ssuta.utcluj.ro)					
2.4 Anul de studiu	III	2.5 Semestrul	1	2.6 Tipul de evaluare	E	
2.7 Regimul disciplinei	Categoria formativă					DC
	Opționalitate					DA

3. Timpul total estimat

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	din care:	3.2 Curs	2	3.3 Seminar	1	3.3 Laborator	-	3.3 Proiect	-	3.3 Practică	-
3.4 Număr de ore pe semestru	42	din care:	3.5 Curs	28	3.6 Seminar	14	3.6 Laborator	-	3.6 Proiect	-	3.3 Practică	-
3.7 Distribuția fondului de timp (ore pe semestru) pentru studiu individual și evaluare:												
(a) Evaluare												4
(b) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe												35
(c) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate și pe teren												16
(d) Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri												28
(e) Tutoriat												0
(f) Alte activități												0
3.8 Total ore studiu individual și evaluare (suma (3.7(a))...3.7(f))								83				
3.9 Total ore pe semestru (3.4+3.8)								125				
3.10 Numărul de credite								5				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Introducere în științele comunicării; Istoria comunicării; Teorie politică; Teoria informației; Tehnici de argumentare
4.2 de competențe	De analiză, de argumentare logică, de interpretare a textelor filosofice, de scriere creativă, de exprimare vizuală creativă, de reflecție.

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Prezența la curs (conform Regulamentului ECTS). Sală dotată cu videoproector, ecran digital, acces la internet
5.2. de desfășurare a seminarului / laboratorului / proiectului	Prezența la seminar (conform Regulamentului ECTS). Sală dotată cu videoproector, ecran digital, acces la internet

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	• Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării • Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC) • Realizarea și promovarea unui produs de relații publice
Competențe transversale	• Rezolvarea în mod realist - cu argumentare atât teoretică, cât și practică - a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora • Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipă multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice

7. Rezultatele așteptate ale învățării

Cunoștințe	Abilități	Responsabilitate și autonomie
C.4.2. diferențiază între probleme sau formulări descriptive și probleme sau formulări prescriptive în contextul evaluării afirmațiilor în comunicarea profesională.	A.4.4. interpretează valorile și mesajele ideologice și culturale încorporate în produsele media.	R.4.1. elaborează o analiză media sau o monitorizare media în raport cu un subiect, o temă, o persoană publică, o organizație sau o marcă.
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.	A.4.2. descoperă erori în argumentație, cadre 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.	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.

C.5.1. identifică modele utilizate pentru luarea deciziilor etice sau raționamente morale în problemele din domeniul comunicării.	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.	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.
---	---	--

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

8.1 Obiectivul general al disciplinei	Înțelegerea și însușirea principalelor gândiri filosofice din istoria umanității, a conceptelor de comunicare, cultură, informație, în societatea actuală și aplicarea lor în mediul organizațional.
8.2 Obiectivele specifice	- Studierea celor mai importante tipuri de gândire filosofică - Înțelegerea conexiunii dintre domeniul comunicării și informațiilor, filosofiei, sociologiei și antropologiei - Studierea teoriilor clasice ale organizațiilor, teoria sistemelor, organizațiile emergente, transformarea culturii în fața tehnologiei - Aplicarea gândirii școlilor de filosofie în produse și servicii specific domeniului comunicării în contemporaneitate

9. Conținuturi

9.1 Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. Ce este filosofia? Filosofia versus religia. Filosofia versus știința. Filosofia versus arta	2	Prelegere interactivă, dezbateri	
2. Genuri și stiluri de filosofare	2		
3. Comunicarea ca formă de creație filosofică	2		
4. Problematica teoriei cunoașterii. Tipuri de adevăr	2		
5. Comunicare și cunoaștere. Comunicare și informație. Comunicare și cultură	2		
6. Filosofii ale comunicării	2		
7. Comunicarea în organizații	2		
8. Teoriile clasice ale organizațiilor	2		
9. Teoria sistemelor. Organizațiile ca sisteme. Comunicarea în teoria sistemelor	2		
10. Sensul prin experiențe, în produse și servicii de specialitate	2		

9.1 Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
11. Comunicarea în organizațiile emergente	2		
12. Normativitate și etică în mediile organizaționale actuale	2		
13. Tehnologia și transformarea comunicării și culturii	2		
14. Curs recapitulativ	2		
Total ore:	28		
Bibliografie: 1. Codoban, Aurel, <i>Imperiul comunicării: corp, imagine și relaționare</i> , Cluj-Napoca: Idea Design & Print, 2011 2. Habermas, Jürgen, <i>Cunoaștere și comunicare</i> , București: Politică, 1983 3. Hersch, Jeanne, <i>Mirarea filozofică: o istorie a filozofiei</i> , București: Humanitas, 1997, Traducere de Drăgan Vasile 4. Miège, Bernard, <i>Gândirea comunicățională</i> , București: Cartea Românească, 1998, Traducere de Maria Ivănescu 5. Postman, Neil, <i>Tehnopolis: Capitulara culturii în fața tehnologiei</i> , București: Contra Mundum, 2023 6. Stroe, Constantin, <i>Filosofia comunicării</i> , București: Universitară, 2015 7. Turbanti, Giacomo, <i>Philosophy of Communication</i> , UK: Palgrave MacMillan, 2023			

9.2 Seminar / laborator / proiect / practică	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. Tipuri de filosofii aplicate în mediile organizaționale actuale	2	Seminar interactiv, studii de caz, aplicații, discuții	
2. Comunicarea, ca instrument de cunoaștere	2		
3. Conceperea produselor de specialitate în organizații, în funcție de cultura specifică	2		
4. Crearea sensului prin experiențe, în produse și servicii de specialitate	2		
5. Conceperea unor produse/ servicii pentru organizații emergente	2		
6. Producția unor materiale promoționale, publicitare, în care se aplică tipuri de filosofie diferite	2		
7. Prezentările aplicațiilor finale de seminar	2		
Total ore:	28		
Bibliografie: 1. Codoban, Aurel, <i>Imperiul comunicării: corp, imagine și relaționare</i> , Cluj-Napoca: Idea Design & Print, 2011 2. Habermas, Jürgen, <i>Cunoaștere și comunicare</i> , București: Politică, 1983			

9.2 Seminar / laborator / proiect / practică	Nr. ore	Metode de predare	Observații
3. Hersch, Jeanne, <i>Mirarea filozofică: o istorie a filozofiei</i> , București: Humanitas, 1997, Traducere de Drăgan Vasile 4. Miège, Bernard, <i>Gândirea comunicățională</i> , București: Cartea Românească, 1998, Traducere de Maria Ivănescu 5. Postman, Neil, <i>Tehnopolis: Capitulara culturii în fața tehnologiei</i> , București: Contra Mundum, 2023 6. Stroe, Constantin, <i>Filosofia comunicării</i> , București: Universitară, 2015 7. Turbanti, Giacomo, <i>Philosophy of Communication</i> , UK: Palgrave MacMillan, 2023			

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

- Conținutul cursului este compatibil cu conținutul cursurilor predate la nivel licență în universități de prestigiu din Europa și SUA, precum și cu cerințele comunității profesionale. - Filosofia comunicării ne ajută să înțelegem începuturile domeniului comunicării și ideologiile în funcție de care se formează culturile organizaționale în istorie. Cursul și seminarul în acest sens sunt necesare și oferă teoria necesară, dar și aplicabilitatea imediată.
--

11. Evaluare

Tip activitate	11.1 Criterii de evaluare	11.2 Metode de evaluare (și forma evaluare: continuă/sumativă)	11.3 Pondere din nota finală
11.4 Curs	Cunoașterea noțiunilor teoretice și participarea activă la cursuri	Examen scris	50%
11.5 Seminar / Laborator /Proiect / Practică	Realizarea aplicațiilor de seminar și participarea activă la seminar	Aplicații și participarea activă la seminar	50%
11.6 Standard minim de performanță - Cunoașterea conceptelor teoretice studiate și aplicarea corectă a acestora. - Prezența la curs de 50% și la seminar de 75%. - Promovarea disciplinei este posibilă prin obținerea notei minime de trecere (5), atât la examenul scris, cât și activitățile de la seminar (media acestora).			

	Titulari	Titlu Prenume NUME	Semnătura
Data completării: 17 iulie 2026	Curs	Lector univ.dr. Raluca Iulia BANCOȘ	
	Aplicații	Lector univ.dr. Raluca Iulia BANCOȘ	

Avizul Directorului departamentului care coordonează
disciplina, doar dacă acesta diferă de departamentul
organizator al programului de studii

Director Departament
grad didactic, titlu Prenume NUME

Data avizării în Consiliul Departamentului SSUTA
22 iulie 2026

Director Departament SSUTA,
Conf.dr.ing. Adrian Vasile CHIRA

Data aprobării în Consiliul Facultății de Litere
24 iulie 2026

Decan,
Conf.dr. Anamaria FĂLĂUȘ