FIŞA DISCIPLINEI
Comunicare politică

1. Date despre program

1.1 Instituţia de învăţământ superior	**UNIVERSITATEA „OVIDIUS" DIN CONSTANŢA**
1.2 Facultatea	de Istorie şi Ştiinţe Politice
1.3 Departamentul	de Istorie şi Ştiinţe Politice
1.4 Domeniul de studii	Ştiinţe Politice
1.5 Ciclul de studii	Licenţă
1.6 Programul de studii	Ştiinţe Politice
1.7 Anul universitar	2026-2027

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei			Comunicare politică				
2.2 Cod disciplină			SP 1105				
2.3 Titularul activităților de curs			Lect.univ.dr. Răzvan Victor PANTELIMON				
2.4 Titularul activităților aplicative			Lect.univ.dr. Luiza-Maria FILIMON				
2.5 Anul de studii	I	2.6 Semestrul	1	2.7 Tipul de evaluare	Ex.	2.8 Regimul disciplinei	DS/DOB

** DF – disciplină fundamentală, DS – disciplină de specializare, DC – disciplină complementară*
*** DOB – disciplină obligatorie; DOP – disciplină opțională; DFA – Disciplină facultativă*

3. Timpul total (ore pe semestru)

3.1 Număr de ore activități directe pe săptămână	**2**	din care: 3.2 curs	**1**	3.3 aplicații***	**1**
3.4 Total ore activități directe pe semestru	**28**	din care: 3.5 curs	**14**	3.6 aplicații	**14**
3.7 Total ore de studiu individual					**47**
Distribuția fondului de timp					*[ore]*
Studiul cărților, manualelor, suportului de curs, notițelor, bibliografie minimală recomandată					15
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate şi pe teren					5
Pregătire seminar / laborator / proiect, teme, referate, portofolii şi eseuri					5
Pregătire pentru prezentări sau verificări					5
Pregătire pentru examinarea finală					12
Alte activități: consultații					5
3.8 Total ore pe semestru	*75*				
3.9 Numărul de credite	**3**				

**** S - seminar; L - laborator; P - proiect*

4. Precondiţii (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	
4.2 de rezultate ale învățării	

5. Condiții necesare pentru desfășurarea optimă a activităților didactice (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Studenţii vor interveni/participa în/la prelegere prin prezentarea şi analiza fişelor tematice specifice cursului cât şi prin analize de text/document/documente primare şi secundare, lucrări generale şi speciale.
5.2. de desfășurare a seminarului/ laboratorului / proiectului*	

**Se alege tipul de aplicație aferent disciplinei*

6. Obiectivele disciplinei

6.1 Obiectivul general al disciplinei	Cursul este destinat să ofere studenţilor o înţelegere la un nivel teoretic și practic asupra aspectelor etice ale comunicării politice şi să aplice acest tip de cunoaştere în analiza marketingului politic și electoral. De asemenea cursul are ca scop să iniţieze studenţii în cunoaşterea tehnicilor moderne şi contemporane de comunicare politică; să îi facă să înţeleagă şi să aplice reperele teoretice în analiza comportamentelor politice individuale şi organizaţionale care afectează viaţa publică şi politică internă şi internaţională; să facă studii etice de caz asupra problemelor legate de teme electorale; să poată să facă alegeri politice în cunoştinţă de cauză.
6.2 Obiectivele specifice	- dobândirea sub raport informaţional a caracteristicilor specifice principalelor teorii ale marketingului politic și electoral; - identificarea cadrului registrual care să permită studenţilor înţelegerea mecanismelor funcţionării instituţionale din sistemul electoral; - aplicarea mecanismelor teoretice în studii de caz specifice spaţiului politic românesc.

7. Rezultatele învățării

Cunoștințe	C5: Studentul/Absolventul recunoaște, analizează și explică metoda, procesul și studiul proceselor de comunicare politică, precum și de organizare a activităților de comunicare politică la nivelul societății. C6: Studentul/Absolventul recunoaște, analizează și explică activitățile de comunicare politică, modalitățile concrete de comunicare ale unui guvern față de cetățeni, atât în limba română cât și într-o limbă de circulație internațională. C7: Studentul/Absolventul recunoaște, analizează și explică diversele ideologii politice care reprezintă un set de idei, principii, simboluri, mituri și doctrine etice, care sunt urmate de indivizi, grupuri, clase sau instituții și oferă o explicație cu privire la modul în care acestea se regăsesc în comunicarea politică . C8: Studentul/Absolventul recunoaște, analizează și explică procedurile legate de aplicare a politicilor guvernamentale în ceea ce privește comunicarea politică.

Aptitudini	A5: Studentul/Absolventul dezvoltă și demonstrează cunoașterea aprofundată și înțelegerea complexă a unui anumit domeniu de cercetare, inclusiv a cercetării responsabile, a principiilor etice și de integritate științifică în materie de cercetare, respectul vieții private și a cerințelor RGPD, legate de activitățile de cercetare în ceea ce privește comunicarea politică. A6: Studentul/Absolventul elaborează documente de cercetare sau susține prezentări pentru a raporta rezultatele unui proiect de cercetare și analiză desfășurat, indicând procedurile de analiză și metodele care au condus la rezultatele respective, precum și posibile interpretări ale rezultatelor, atât în limba română cât și într-o limbă de circulație internațională. A7. Studentul absolventul identifică, contextualiză și analiză critic principalele ideologii politice moderne și contemporane (precum liberalismul, conservatorismul, socialismul, naționalismul, fascismul, comunismul etc.), înțelegând atât fundamentele lor teoretice, cât și modul în care acestea au influențat structurile de putere, politicile publice și mișcările sociale A8. Studentul/absolventul interpretează și evaluează critic procedurile instituționale și mecanismele prin care politicile guvernamentale sunt formulate, implementate și monitorizate la nivel local, regional și național, în cadrul administrației publice.
Responsabilitate și autonomie	R5: Studentul/Absolventul lucrează cu încredere în cadrul unui grup, fiecare făcându-și partea lui în serviciul întregului. R6: Studentul/Absolventul vorbește într-un mod structurat, deliberat și față în față cu un grup de ascultători pentru a-i informa sau influența, atât în limba română cât și într-o limbă de circulație internațională. R7: Studentul/Absolventul este în măsura să evalueze și să analizeze informațiile și sursele acestora. Demonstrează capacitatea de a accesa și de a avea o înțelegere critică atât a formelor tradiționale, cât și a celor noi de mass-media, precum și a rolului și funcției acestora în societățile democratice. R8. Studentul/absolventul își asumă un comportament civic informat și responsabil prin care contribuie la susținerea transparenței, legalității și eficienței în aplicarea politicilor publice, respectând principiile bunei guvernări și încurajând implicarea activă în procesele administrative și decizionale.

8. Conținuturi

8.1 Curs	**Metode de predare**	**Număr ore alocate**
Prezentarea obiectivelor cursului şi a cerinţelor acestuia. Ce înţelegem prin comunicarea politică şi importanţa abordării acesteia cu instrumente specifice şi fundamentate ştiinţific	Prelegere interactivă; mijloace utilizate: documente primare şi secundare, lucrări generale şi speciale,	1
Tipurile de comunicare politică.		2
Construcția și elaborarea unui mesaj politic.		2
Mijloace de transmitere a mesajului (afişul, sloganul, materialele audio-video, întâlnirile cu cetăţenii).		2
Comunicarea politică prin intermediul mass-media.		2
Comunicatul de presă, interviul, conferinţa de presă.		2

Comunicarea politică prin rețelele de socializare.	videoproiector, calculator.	2
Comunicarea politică directă: discurs, limbaj verbal și non-verbal.		1

Bibliografie

1. BECIU, Camelia, *Comunicarea politică,* Ed. Comunicare.ro, Bucureşti, 2002.
2. BLAND, Michael, Alison Theaker, David Wragg, *Relaţiile eficiente cu mass-media,* Ed. Comunicare.ro, Bucureşti, 2003.
3. CAMPBELL, A., Converse, P. E., Miller, W., şi Stokes, D., *The American Voter*, Wiley. New York, 1960.
4. DRĂGAN, Ion (editor), *Construcţia simbolică a câmpului electoral,* Institutul European, Iaşi, 1998.
5. GAXIE, Daniel (Editor), *Explication du vote - Un bilan des études électorales en France*, Presses de la Fondation Nationale des Sciences Politiques, Paris, 1985.
6. GOODIN, Robert E., Hans-Dieter Klingemann (editori), *Manual de Ştiinţă Politică,* Polirom, Iaşi, 2005, p. 205 – 279.
7. KAPFERER, Jean-Noël, *Caile persuasiunii. Modul de influenţare a comportamentelor prin mass-media si publicitate,* Ed. Comunicare.ro, Bucureşti, 2002.
8. LAZARSFELD, Paul F., Bernard Berelson, Hazel Gaudet, *Mecanismul votului. Cum se decid alegatorii într-o campanie prezidenţială,* Ed. Comunicare.ro, Bucureşti, 2004.
9. NOELLE-NEUMANN, Elisabeth, *Spirala tăcerii. Opinia publica - învelişul nostru social*, Ed. Comunicare.ro, Bucureşti, 2004.
10. THORVERON, Gabriel, *Comunicarea politică azi,* Ed. Antet, Bucureşti,1995.

8.2 Aplicații (seminar/laborator/proiect)* **Se alege tipul de aplicație aferent disciplinei*	**Metode de predare**	**Număr ore alocate**
Dificultățile și problemele comunicării politice.	Dezbatere; analiză de documente	2
Comunicarea politică în România comunistă: cultul personalității.		2
Comunicarea politică în România după 1990.		2
Sloganul electoral. Studiu de caz: comunicarea politică din România 1992-2020.		2
Afișul electoral. Studiu de caz: comunicarea politică din România 1992-2020.		2
Alte metode de comunicare politică (dezbaterea televizată, materiale audio-video, întâlnirile cu electoratul).		4

Bibliografie

[1]. BECIU, Camelia, *Comunicarea politică,* Ed. Comunicare.ro, Bucureşti, 2002.
[2]. BLAND, Michael, Alison Theaker, David Wragg, *Relaţiile eficiente cu mass-media,* Ed. Comunicare.ro, Bucureşti, 2003.
[3]. CAMPBELL, A., Converse, P. E., Miller, W., şi Stokes, D., *The American Voter*, Wiley. New York, 1960.
[4]. DRĂGAN, Ion (editor), *Construcţia simbolică a câmpului electoral,* Institutul European, Iaşi, 1998.
[5]. GAXIE, Daniel (Editor), *Explication du vote - Un bilan des études électorales en France*, Presses de la Fondation Nationale des Sciences Politiques, Paris, 1985.
[6]. GOODIN, Robert E., Hans-Dieter Klingemann (editori), *Manual de Ştiinţă Politică,* Polirom, Iaşi, 2005, p. 205 – 279.
[7]. KAPFERER, Jean-Noël, *Caile persuasiunii. Modul de influenţare a comportamentelor prin mass-media si publicitate,* Ed. Comunicare.ro, Bucureşti, 2002.
[8]. LAZARSFELD, Paul F., Bernard Berelson, Hazel Gaudet, *Mecanismul votului. Cum se decid alegatorii într-o campanie prezidenţială,* Ed. Comunicare.ro, Bucureşti, 2004.
[9]. NOELLE-NEUMANN, Elisabeth, *Spirala tăcerii. Opinia publica - învelişul nostru social*, Ed. Comunicare.ro, Bucureşti, 2004.
[10]. THORVERON, Gabriel, *Comunicarea politică azi,* Ed. Antet, Bucureşti,1995.

9. Evaluare

Tip activitate	9.1 Criterii de evaluare	9.2 Metode de evaluare	9.3 Pondere din nota finală
9.4 Curs	Participarea la cursuri	Evaluare permanentă;	70%
	Răspunsurile la examen,	Examen oral	
9.5 Aplicații* **Se alege tipul de aplicație aferent disciplinei*	Participarea activă la discuţii, redactarea lucrărilor de seminar şi a referatelor	Teme săptămânale, teste, referate	**30%**
	Interes și capacitate de lucru pentru studiu individual și în echipă	Discuții	

9.6 Standard minim de performanță / Condiții de promovare

Important:
Accesul studenților la examen este condiționat de prezența la cel puțin jumătate din cursuri și seminarii.

De asemenea:
1. Pentru a se considera promovat la seminar, studentul este obligat să participe la minim 7 (șapte) întâlniri și să predea la timp proiectele propuse.
***În situaţii excepţionale, justificate ca atare, se acceptă un minim de 5 (cinci) prezențe.
2. Pentru a se considera promovat la seminar, studentul este obligat să obţină nota minimă 5 (cinci).
3. Nota minimă 5 (cinci) se obţine doar dacă (1) a fost îndeplinit criteriul de prezenţă minimă obligatorie, dacă (2) studentul a predat la timp proiectele propuse și (3) a participat activ la dezbateri şi a făcut dovada parcurgerii lecturilor obligatorii.

Nota finală:
-Participare la clasă (lecturile obligatorii, dezbateri, comentarii pe marginea unor documente, prezentări de teme etc.) – 40%. Studentul va fi evaluat atât prin prisma propriilor prezentări, cât şi a intervenţiilor voluntare în timpul dezbaterilor prilejuite de prezentările colegilor.
-Eseuri argumentative – 60%. Ca să promoveze, un eseu trebuie să fie predat până la termenul-limită propus, să nu fie plagiat (maximum admis este un procentaj de 15%) şi să obţină nota minimă 5 (cinci).

Eseul argumentativ va avea între 750-1000 de cuvinte (atenţie, nu caractere! Word le numără automat) și va fi predate în format electronic (Word editabil) către şeful de an, care le va centraliza si le va trimite sub formă de arhivă (rar, zip) printr-un singur mesaj la adresa: pantelimonr@yahoo.com. Vor fi luate în calcul doar referatele regăsite în arhiva comună.

Studentul va primi pentru eseu o temă de seminar la care va încerca să formuleze o ipoteză, oferind argumente pro sau contra ipotezei, pe baza lecturilor din literatura de specialitate şi a propriilor opinii. Sunt obligatorii minim două note de subsol pe pagină. Toate sursele consultate vor fi citate în subsolului paginii în cadrul eseului, ca notă de subsol, în momentul în care vă folosiţi de ideile autorului respectiv. Eseul va respecta normele de citare și de formatare indicate în fisierul metodologic transmis separat. (Times New Roman, 12, alinierea stânga-dreapta, spațiere la 1,5 rânduri, note de subsol introduse automat in Word, bibliografie la finalul eseului).
În cazul unui raport de plagiat de peste 15%, eseul argumentativ se va nota cu 4 (patru) și va intra în calculul notei finale.

UOC-PO-10 Anexa 2

Data completării, 14.09.2026

Titular activităților de curs, Lect.univ.dr. Răzvan Victor PANTELIMON

Titular aplicații, Asist.univ.dr. Luiza-Maria FILIMON

Data avizării în Departament, 16.09.2026

Director de Departament, Lect.univ.dr. Gabriel Stelian MANEA

Decan,
Conf.univ.dr. Daniel CITIRIGĂ