UOC-PO-10 Anexa 2

FIŞA DISCIPLINEI
Analiză electorală

1. Date despre program

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

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei			***Analiză electorală***					
2.2 Cod disciplină			SP 3203					
2.3 Titularul activităților de curs			Lect.univ.dr. Răzvan Victor PANTELIMON					
2.4 Titularul activităților aplicative			Asist.univ.dr. Adrian HERȚA					
2.5 Anul de studii	**III**	2.6 Semestrul	**II**	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	**4**	din care: 3.2 curs	**2**	3.3 aplicații***	**2**
3.4 Total ore activități directe pe semestru	**48**	din care: 3.5 curs	**24**	3.6 aplicații	**24**
3.7 Total ore de studiu individual					**77**
Distribuția fondului de timp					*[ore]*
Studiul cărților, manualelor, suportului de curs, notițelor, bibliografie minimală recomandată					30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate şi pe teren					30
Pregătire seminar / laborator / proiect, teme, referate, portofolii şi eseuri					10
Pregătire pentru prezentări sau verificări					5
Pregătire pentru examinarea finală					2
Alte activități: consultații					
3.8 Total ore pe semestru	*125*				
3.9 Numărul de credite	**5**				

**** 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 şi practic asupra aspectelor etice ale comunicării politice şi să aplice acest tip de cunoaştere în analiza campaniilor electorale. De asemenea cursul are ca scop să iniţieze studenţii în cunoaşterea tehnicilor moderne şi contemporane de campanii electorale; să îi facă să înţeleagă şi să aplice reperele teoretice în analiza comportamentelor electorale individuale şi organizaţionale care afectează viaţa publică şi politică internă şi internaţională; să facă studii etice de caz asupra problemelor gate de teme electroale; 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 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	Studentul/Absolventul recunosc, aleg și utilizează metodele și practicile statistice, cum ar fi culegerea, organizarea, analiza, interpretarea și prezentarea de date.
Aptitudini	Studentul/Absolventul aplică principiile etice fundamentale și legislația în domeniul cercetării științifice, inclusiv în ceea ce privește aspectele legate de integritatea cercetării. Efectuează, revizuiește sau raportează cercetări, evitând comportamentele greșite, cum ar fi fabricarea, falsificarea și plagiatul.

Responsabilitate și autonomie	Studentul/Absolventul identifică, prin apel la gândirea critică, punctele tari și punctele slabe ale soluțiilor alternative, concluziilor sau abordărilor problemelor.

8. Conținuturi

8.1 Curs	**Metode de predare**	**Număr ore alocate**
Prezentarea obiectivelor cursului şi a cerinţelor acestuia. Ce înţelegem prin campanie electorală şi importanţa abordării acesteia cu instrumente specifice şi fundamentate ştiinţific	Prelegere; analiză de documente; discuţii interactive; hărţi; imagini;	2
Concepte fundamentale.		2
Explicaţia votului.		4
Sondajul de opinie şi investigaţia sociologică.		2
Planul de campanie.		2
Mesajul.		2
Mijloace de transmitere a mesajului (afişul, sloganul, materialele audio-video, întâlnirile cu cetăţenii).		4
Relaţia cu mass-media.		2
Comunicatul de presă, interviul, conferinţa de presă.		2
Ziua votului şi evaluarea campaniei electorale.		2

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**
Teorii explicative ale comportamentelor electorale.	Dezbatere/problematizare/ studii de caz;	2

Alegeri locale, parlamentare şi prezidenţiale în România după 1990. Rezultate, particularităţi, studiu comparativ.	- mijloace utilizate: documente primare şi secundare, lucrări generale şi speciale	4
Etapele campaniei electorale.		2
Sloganul electoral. Studiu de caz: campaniile electorale din România 1992-2016.		4
Afişul electoral. Studiu de caz: campaniile electorale din România 1992-2016.		4
Alte metode de transmitere a mesajului electoral (dezbaterea televizată, materiale audio-video, întâlnirile cu electoratul).		4
Rolul sondajului de opinie în campaniile electorale. Investigaţia sociologică.		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			
	Răspunsurile la examen, Participarea la cursuri	Evaluare permanentă; Examen oral.	70%
9.5 Aplicație* **Se alege tipul de aplicație aferent disciplinei*	Participarea activă la discuţii, redactarea lucrărilor de seminar şi a referatelor	Teme săptămânale, teste, referate	30%
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 acest 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 acest 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.

Data completării, 10.09.2026
Titular activităților de curs, Lect. univ. dr. Răzvan Pantelimon
Titular aplicații, Asist. univ. dr. Adrian Herța

Data avizării în Departament, 16.09.2026
Director de Departament, Lect. univ. dr. Gabriel-Stelian Manea

Decan,
Conf.univ.dr. Daniel Citirigă