



## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea din Craiova
1.2. Facultatea	Facultatea de Litere
1.3. Departamentul	Departamentul Arte și Media
1.4. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5. Ciclu de studii universitare	Master
1.6. Forma de organizare	IF
1.7. Programul de studii	Strategii de SEO și de conținut

### 2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	<b>Strategii de SEO și scriere de conținut</b>						
2.2. Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Alina Țenescu						
2.3. Titularul activităților de seminar/ laborator	Conf. univ. dr. Alina Țenescu						
2.4. Anul de studiu	II	2.5. Semestrul	II	2.6. Tipul de evaluare	E	2.7. Regimul disciplinei	DOB

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

3.1. Numărul de ore pe săptămână	2	din care: 3.2 curs	1	3.3. seminar/laborator	1
3.4. Total ore din planul de învățământ	28	din care: 3.5 curs	14	3.6. seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp - ore/sapt.					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					25
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					25
Tutoriat					-
Examinări					2
Alte activități.....					-
<b>3.7. Total ore studiu individual</b>					72
<b>3.8. Total ore pe semestru</b>					100
<b>3.9. Numărul de credite</b>					4

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

4.1. de curriculum	• Noțiuni generale de teoria comunicării
4.2. de competențe	• Capacități și abilități de analiză, de sinteză, de gândire divergentă și de gândire critică

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

5.1. de desfășurare a cursului	• Sală mare; materiale suport: laptop, proiector, tablă
5.2. de desfășurare a seminarului/ laboratorului	• Laborator multimedia cu conexiune la internet, software MS Office

## 6. Obiectivele disciplinei - rezultate așteptate ale învățării la formarea cărora contribuie parcurgerea și promovarea disciplinei

<b>Cunoștințe</b>	<p>Studentul/Absolventul:</p> <p>C.2.1. Deține cunoștințe aprofundate despre diferitele tipuri de conținut și moduri de expresie (text, fotografie, audio, video), precum și despre specificul canalelor media — presă tipărită, televiziune, radio, cinematografie, presă online, platforme digitale și aplicații mobile.</p> <p>C.2.2. Înțelege și aplică tehnici variate de redactare și structurare a conținutului (narativ, descriptiv, expozitiv, argumentativ, persuasiv), precum și principii de retorică și compunere a mesajelor menite să informeze, convingă sau motiveze publicul.</p>
<b>Aptitudini (Abilități)</b>	<p>Studentul/Absolventul:</p> <p>A.2.1. Demonstrează capacitatea de a aplica practici și tehnici adecvate de producție pentru diferite tipuri de conținuturi și forme de expresie (text, fotografie, audio, video), în funcție de specificul canalului media — presă tipărită, televiziune, radio, cinematografie, presă online, platforme digitale sau aplicații mobile.</p> <p>A.2.2. Aplică principii de retorică, stilistică și compunere a mesajelor pentru formularea unor conținuturi eficiente, capabile să informeze, să convingă și să motiveze publicul în diverse contexte de comunicare.</p>
<b>Responsabilitate și autonomie</b>	<p>Studentul/Absolventul:</p> <p>Elaborează și realizează în mod autonom conținuturi sau produse media destinate publicării ori difuzării pe unul sau mai multe canale și platforme, utilizând în mod integrat diverse forme media (text, fotografie, audio, video) în cadrul proiectelor profesionale.</p>

## 7. Conținuturi

<b>7.1. CURS</b>	Modalitatea de desfășurare	Metode de predare	Fond de timp alocat (ore)
1. Comunicarea digitală: concepte, caracteristici și tendințe	Față în față	prelegerea interactivă problematizarea explicația cauzală, procedurală	1 ore
2. Identitatea și imaginea organizațională în mediul digital	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea studiul de caz	1 ore
3. Comunicarea vizuală și multimedia în mediul digital	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea studiul de caz	1 ore
4. Audiențe și publicuri în e-comunicare.	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea studiul de caz	1 ore
5. Limbaj și imagine în publicitate.	Față în față	prelegerea interactivă	1 ore

		exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea studiul de caz	
6. Comunicarea prin email și alte canale sincrone și asincrone în Era Digitală	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea studiul de caz	1 ore
7. Utilizarea platformelor de social media pentru comunicare strategică și advocacy	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea studiul de caz	1 ore
8. Strategii de conținut în social media	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea studiul de caz	1 ore
9. Fundamente și tehnici în producția de podcast-uri	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea studiul de caz	1 ore
10. Fundamente și tehnici în producția de vlog-uri	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea studiul de caz	1 ore
11. Planificarea și implementarea campaniilor de comunicare digitală.	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea studiul de caz	1 ore
12. Măsurarea și analiza efectelor comunicării digitale	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea studiul de caz	1 ore
13. Gestionarea crizelor în e-comunicare	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea studiul de caz	1 ore
14. Tendințe viitoare în e-comunicare	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea studiul de caz	1 ore
<b>Bibliografie:</b> Aronson, M. (2013). Ghidul redactării în relații publice. București: Amsta Publishing.			

Bardan, Alexandra, Introducere în designul de presă, București, Tritonic, 2012

Balaban, D. C.; Szambolics, J. (2021). Social media influencerii și rolul lor în publicitate. București: Tritonic.

Cismaru, D-M (2015). Managementul reputației în mediul online. București: Tritonic.

Coman, C. (2016). Relațiile publice și mass-media. București: Polirom.

Dobre, C., Milovan, A.M., (2019). Marketing online și social media. București: C.H.BECK.

Dumitrașcu, V. (2020). Managementul comunicării și relații publice în afaceri: relații publice, branding, comunicare corporativă, manipulare, imagine și criza organizațională. București: Universitară.  
<http://elibrary.snsa.ro/wp-content/uploads/2020/03/Managementul-reputatiei-in-mediul-online.pdf>

Dumitrașcu, V. (2020). Managementul comunicării și relații publice în afaceri: relații publice, branding, comunicare corporativă, manipulare, imagine și criza organizațională. București: Universitară.  
<http://elibrary.snsa.ro/wp-content/uploads/2020/03/Managementul-reputatiei-in-mediul-online.pdf>

<b>7.2. Seminar/laborator</b>	Modalitatea de desfășurare	Metode de predare	Fond de timp alocat (ore)
1. Principii de bază în designul grafic	Față în față	conversația euristică dezbateri lucrul în grup metode de interacțiune educațională studiul de caz	1 oră
2. Elementele cheie ale identității vizuale	Față în față	conversația euristică dezbateri lucrul în grup metode de interacțiune educațională studiul de caz	1 oră
3. Explorarea și învățarea utilizării platformelor de design grafic: Canva, Prezi, Adobe Express	Față în față	conversația euristică dezbateri lucrul în grup metode de interacțiune educațională studiul de caz	1 oră
4. Creativitatea în designul grafic: Proiectarea unui afiș, flyer sau newsletter utilizând instrumente de design grafic	Față în față	conversația euristică dezbateri lucrul în grup metode de interacțiune educațională studiul de caz	1 oră
5. Crearea și dezvoltarea de bloguri: aspecte practice	Față în față	conversația euristică dezbateri lucrul în grup metode de interacțiune educațională studiul de caz	1 oră
6. Fundamentele producției de podcast-uri	Față în față	conversația euristică dezbateri lucrul în grup metode de interacțiune educațională studiul de caz	1 oră
7. Aspecte practice în producția de vlog-uri	Față în față	conversația euristică dezbateri lucrul în grup metode de interacțiune educațională studiul de caz	1 oră
<b>Bibliografie:</b>			

1. Chelcea, Septimiu, „Comunicarea nonverbală”, Editura comunicare.ro, Bucuresti, 2002
2. Collett, Peter, „Cartea gesturilor”, Editura Trei, Bucuresti, 2003
3. Philippe Turchet, „Sinergologia. De la limbajul trupului la arta de a citi gandurile celuiilalt, Editura Polirom, 2005
4. Kapferer, N.J., „Căile persuasiunii. Modul de influențare a comportamentelor prin comunicare și publicitate”, Editura I.N.I., Bucuresti, 1990
5. Christine Lister-Ford, Analiză tranzacțională, trad. Ramona Elena Stamate, Ed. Harald, 2010
6. Popescu, Dan, „Arta de a comunica”, Editura Economica, Bucuresti, 1998
7. Daniela Roventă-Frumușani, Semiotică, societate, cultură, Ed. Institutul European, Iași, 1999
8. Spiker, B & Daniel T, „Perspective ale comunicării organizationale”, Editura Brawn, Dubuque, 1991
9. Stanton, Nicki, „Comunicarea”, Editura „Știința și Tehnica, Iasi, 1995
10. Pânișoară, I. O., Comunicarea eficientă, ed. a II-a, revăzută și adăugită, Polirom, Iași, 2004
11. Ticu, Constantin, „Evaluarea psihologica a personalului”, Editura Polirom, Iasi, 2004
12. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

Corectitudinea și acuratețea folosirii conceptelor și teoriilor însușite la nivelul disciplinei – vor satisface așteptările reprezentanților comunității epistemice/academice din domeniul științelor comunicării.  
Competențele profesionale și transversale ce vor fi achiziționate la nivelul disciplinei – vor satisface așteptările reprezentanților asociațiilor profesionale și angajatorilor.

## 9. Evaluare

Tip activitate	9.1. Criterii de evaluare	9.2. Metode de evaluare	9.3. Pondere din nota finală
9.4. Curs	Notele acordate pentru proiecte, teme de casă, referate, studii de caz, lucrări practice	<i>Lucrare scrisă (descriptivă + rezolvare de situații problematice)</i>	60%
	Nota acordată pentru frecvența și conduita la activități		
9.5. Seminar/laborator	Notele acordate pentru proiecte, teme de casă, referate, studii de caz, lucrări practice	<i>Lucrări practice</i>	40%
	Nota acordată pentru frecvența și conduita la activități		
9.6. Standard minim de performanță			
-			

Data completării  
25.09.2025

Titular de disciplină,  
Conf. univ. dr. Alina Tenescu

Semnătura titularului  
.....

Data avizării în departament  
29.09.2025

Director de departament,  
Prof.univ.dr. Alexandru BOUREANU

Semnătura directorului de departament,  
.....