

**FIȘA DISCIPLINEI****1. Date despre program**

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea "Alexandru Ioan Cuza" din Iași
1.2 Facultatea	Facultatea de Filosofie și Științe Social Politice
1.3 Departamentul	DEPARTAMENTUL DE ȘTIINȚE ALE COMUNICĂRII ȘI RELATII PUBLICE
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii	Masterat
1.6 Programul de studii / Calificarea	Comunicare strategică în mediul digital

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Comunicare de criză în mediul online						
2.2 Titularul activităților de curs	Prof. Dr. GHEORGHE ILIE FARTE						
2.3 Titularul activităților de seminar	Prof. Dr. GHEORGHE ILIE FARTE						
2.4 An de studiu	I	2.5 Semestrul	II	2.6 Tip de evaluare*	E	2.7 Regimul disciplinei**	Op

*E – Examen / C – Colocviu / V – Verificare

**OB – Obligatoriu / OP – Opțional / F – Facultativ

3. Timpul total estimat (ore pe semestru și activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp					ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și altele					28
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					28
Pregătire seminare/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					28
Tutoriat					18
Examinări					6
Alte activități					0
3.7 Total ore studiu individual*					108
3.8 Total ore pe semestru					150
3.9 Numărul de credite					6

4. Precondiții - De curriculum (dacă este cazul)

Nu este cazul.

5. Condiții (dacă este cazul)

5.1 De desfășurare a cursului	Nu este cazul.
5.2 De desfășurare a seminarului/ laboratorului	Nu este cazul.

6. Obiective

Însușirea cunoștințelor, priceperilor și abilităților necesare unui specialist managementul crizelor din mediul on-line. Acestui obiectiv general îi sunt subordonate următoarele obiective specifice: (1) utilizarea corectă a conceptelor-cheie din managementul crizei și comunicarea de criză din mediul on-line; (2) identificarea cauzelor crizelor on-line și a tipurilor de criză on-line; (3) selectarea strategiilor de comunicare care corespund diverselor tipuri de situații de criză; (4) respectarea standardelor etice în comunicarea de criză on-line.

7. Competențe/Rezultate ale învățării

- Oferă consiliere în ceea ce privește relațiile publice;
- Dezvoltă strategii de comunicare;
- Analizează factorii externi ai societăților;
- Protejează interesele clientului;
- Gândește rapid;

8. Conținut

8.1 Curs	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
1. Definiții și trăsături ale crizelor. Specificul crizelor din mediul on-line	- expunerea problematizată - discuția - observația dirijată - observația independentă - explicația	[4], [7], [9], [13]
2. Cauze și surse ale crizelor, în general, și ale crizelor din mediul on-line, în particular	- expunerea problematizată - discuția - observația dirijată - observația independentă - explicația	[11], [12], [13]
3. Tipologii ale crizelor aplicabile mediului on-line	- expunerea problematizată - discuția - observația dirijată - observația independentă - explicația	[3], [4], [11], [12], [15]
4. Etape ale evoluției unei crize	- expunerea problematizată - discuția - observația dirijată - observația independentă - explicația	[4], [13]

5. Faze și dimensiuni ale managementului crizei	- expunerea problematizată - discuția - observația dirijată - observația independentă - explicația	[4], [11], [12]
6. Pot fi prevenite crizele din mediul on-line?	- expunerea problematizată - discuția - observația dirijată - observația independentă - explicația	[5], [6], [16]
7. Strategii de răspuns la o criză în funcție de prezența, respectiv absența acțiunii neetice și a controlului: Jeffrey Bradford și Dennis Garrett	- expunerea problematizată - discuția - observația dirijată - observația independentă - explicația	[8]
8. Aplicații în mediul on-line ale modelului strategiilor de comunicare în situații de criză propus de William Benoit	- expunerea problematizată - discuția - observația dirijată - observația independentă - explicația	[1], [4], [5], [6], [13]
9. Aplicații în mediul on-line ale modelului strategiilor de comunicare în situații de criză propus de W. Timothy Coombs	- expunerea problematizată - discuția - observația dirijată - observația independentă - explicația	[5], [6], [7], [9]
10. Aplicații în mediul on-line ale modelului strategiilor de comunicare în situații de criză propus de Keri K. Stephens	- expunerea problematizată - discuția - observația dirijată - observația independentă - explicația	[17]
11. Strategii de îmbunătățire a fluxului de informații, de creștere a acurateței datelor și de asigurare a promptitudinii informațiilor (Mary Vielhaber)	- expunerea problematizată - discuția - observația dirijată - observația independentă - explicația	[2], [18]
12. Managementul relațiilor cu presa în situații de criză	- expunerea problematizată - discuția - observația dirijată - observația independentă - explicația	[2], [3], [14]
13. Mituri ale managementului crizei. Erori de comunicare în managementul crizelor on-line	- expunerea problematizată - discuția - observația dirijată - observația independentă - explicația	[15], [16]
14. Standarde profesionale ale comunicării de criză: James E. Lukaszewski	- expunerea problematizată - discuția - observația dirijată - observația independentă - explicația	[10]

Bibliografie

- [1] Benoit, W. (1997). Image repair discourse and crisis communication. *Public Relations Review*, 23, 177-186.
- [2] Bonk, K. (2003). Managing media in a crisis. *Policy & Practice*, 61(2), 14-17.
- [3] Burnett, J. J. (1998). A strategic approach to managing crises. *Public Relations Review*, 24(4), 475-88.
- [4] Coman, C. (2009). Comunicarea de criză. Tehnici și strategii. Polirom.
- [5] Coombs, W. T. (1995). Choosing the right words: the development of guidelines for the selection of the 'appropriate' crisis-response strategies. *Management Communication Quarterly*, 8, 447-476.
- [6] Coombs, W. T. (2001). Teaching the crisis management/communication course. *Public Relations Review*, 27, 89-101.
- [7] Emmons, B. (2022). Visual media in crisis response. In W. T. Coombs, & Holladay, S. J. (Eds.), *The Handbook of crisis communication* (pp. 421-430). John Wiley & Sons Ltd. <https://doi.org/10.1002/9781119678953.ch28>.
- [8] Huang, Y.-H. (2006). Crisis situations, communication strategies, and media coverage: a multicase study revisiting the communicative response model. *Communication Research*, 33, 180-205.
- [9] Jin, Y., Austin, L., & Liu, B. F. (2022). Social-mediated crisis communication research: How information generation, consumption, and transmission influence communication processes and outcomes. In W. T. Coombs, & Holladay, S. J. (Eds.), *The Handbook of crisis communication* (pp. 151-167). John Wiley & Sons Ltd. <https://doi.org/10.1002/9781119678953.ch11>.
- [10] Lukaszewski, J. E. (1997). Establishing individual and corporate crisis communication standards: the principles and protocols. *Public Relations Quarterly*, 42, 7-14.
- [11] Mitroff, I. I. et al. (1987). Effective crisis management. *The Academy of Management Executive*, 1(4), 283-292.
- [12] Mitroff, I. I. (1988). Crisis management: Cutting through the confusion. *Sloan Management Review*, 29(2), 15-20.
- [13] Obadă, D. R., & Fârte, G. I. (2024). Principiile și managementul relațiilor publice. Tritonic.
- [14] Pearson, C., & Clair, J. (1998). Reframing crisis management. *The Academy of Management Review*, 23(1), 59-76.
- [15] Pines, W. (2000). Myths of crisis management. *Public Relations Quarterly*, 45(3), 15-17.
- [16] Stanton, P. (2002). Ten communications mistakes you can avoid when managing a crisis. *Public Relations Quarterly*, 47(2), 19-22.
- [17] Stephens, K. K. et al. (2005). Communicating with stakeholders during a crisis: evaluating message strategies. *Journal of Business Communication*, 42, 390-419.
- [18] Vielhaber, M. E. (1990). Crisis Communication: The Business Communicator's Strategies for Communicating under Stress. *Business Communication Quarterly*, 53, 29-31.

8.2 Seminar / Laborator	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
1. Indicați opt situații de criză on-line generate de (a) o cauză internă de ordin tehnic/ economic, (b) o cauză externă de ordin tehnic/ economic, (c) o cauză internă de ordin social/ organizațional și (d) o cauză externă de ordin social/ organizațional	- expunerea problematizată - discuția - observația dirijată - observația independentă - explicația	[8], [11], [12], [13]
2. Ilustrați cu exemple din mediul on-line opt dintre tipurile de criză menționate de Ian I. Mitroff și Christine Pearson	- expunerea problematizată - discuția - observația dirijată - observația independentă	[11], [12], [14]

	- explicația	
3. Ilustrați cu exemple din mediul on-line strategiile de răspuns la o criză menționate de Jeffrey Bradford și Dennis Garrett	- expunerea problematizată - discuția - observația dirijată - observația independentă - explicația	[7], [8], [9]
4. Ilustrați cu exemple din mediul on-line strategiile de comunicare în situații de criză prezentate de W. Benoit, W.T. Coombs și K.K. Stephens	- expunerea problematizată - discuția - observația dirijată - observația independentă - explicația	[1], [5], [6], [13], [17]
5. Ilustrați cu exemple din mediul on-line respectarea, respectiv încălcarea recomandărilor făcute de Mary Vielhaber cu privire la îmbunătățirea fluxului de informații, de creșterea a acurateții datelor și de asigurare a promptitudinii informațiilor	- expunerea problematizată - discuția - observația dirijată - observația independentă - explicația	[2], [18]
6. Ilustrați cu exemple din mediul on-line erorile de comunicare în situații de criză menționate de Peter Stanton	- expunerea problematizată - discuția - observația dirijată - observația independentă - explicația	[4], [13], [16]
7. Indicați patru cazuri de încălcare a standardelor profesionale în comunicarea de criză din mediul on-line (James Lukaszewski)	- expunerea problematizată - discuția - observația dirijată - observația independentă - explicația	[4], [13], [10]

Bibliografie

Identică cu bibliografia cursului.

9. Coroborarea conținutului disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității, asociațiilor profesionale și angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului

Conținutul prelegerilor și activitățile de seminar facilitează formarea competențelor de comunicare persuasivă necesare în managementul crizelor on-line, atât la nivel tehnic, cât și managerial.

10. Evaluare

10.1 Evaluare continuă		Pondere (min. 30%)	40	
Curs	Forma de evaluare			
	Pondere		0	
	Nepromovarea Evaluării continue determină nepromovarea Evaluării finale			
	Metode de evaluare	Detalii	Pondere	cu reexaminare

Seminar / Laborator	Forma de evaluare		Verificare mixtă	
	Pondere		100	
	Nepromovarea Evaluării continue determină nepromovarea Evaluării finale		Da	
	Metode de evaluare	Detalii	Pondere	cu reexaminare
		Proiect	50	Nu
		Prezentare orală proiect seminar	25	Nu
		Test	25	Nu

10.2 Evaluare finală	Pondere (max. 70%)	60
	Forma de evaluare	Verificare scrisă finală

10.3 Mențiuni (situații speciale în evaluare)
Pentru a fi evaluați, studenții trebuie să participe activ la cel puțin cinci prelegeri și cinci seminare.

10.4 Standard minim de performanță
Îndeplinirea criteriilor de evaluare la nivelul de 50% din punctajul maxim atât la curs, cât și la seminar.

Data completării, 22.09.2025	Titular de curs, Prof. Dr. GHEORGHE ILIE FARTE	Titular de seminar, Prof. Dr. GHEORGHE ILIE FARTE
---	---	--

Data avizării în departament, 25.09.2025	Director de departament, Conf. Dr. DANIEL-RARES OBADA
---	--