

**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 ȘTIINTE 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	Strategii de persuasiune în mediul digital						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf. Dr. HORIA-COSTIN CHIRIAC						
2.3 Titularul activităților de seminar							
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					40
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					30
Pregătire seminare/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Tutoriat					10
Examinări					8
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)

--

5. Condiții (dacă este cazul)

5.1 De desfășurare a cursului	
5.2 De desfășurare a seminarului/ laboratorului	

6. Obiective

Asimilarea conceptelor adecvate pentru înțelegerea utilizării persuasiunii (în televiziune, în presa scrisă, în grupurile de discuție on-line);

La finalizarea cu succes a acestei discipline, studenții vor fi capabili să:

Describe principalele tipuri de persuasiune și regulile de utilizare corectă a lor în practica discursivă;

- Utilizeze resursele de limbaj și de gândire pentru a asigura corectitudinea gestionării diferitelor situații de cultivare a persuasiunii;
- Identifice cele mai adecvate mijloace de expresie discursivă și cele mai eficiente strategii de cultivare a persuasiunii în funcție de contextul în care este pronunțat un discurs;
- Explice modul de construcție al unor tipuri de persuasiune și participarea diferitelor strategii de cultivare a persuasiunii la îndeplinirea scopului unui asemenea tip de intervenție discursivă în care persuasiunea este cultivată cu predilecție;

7. Competențe/Rezultate ale învățării

• Dezvoltă strategii de comunicare; • Integrează fundamentul strategic în activitatea curentă; • Gândește critic. • Gândește analitic; • Se adaptează la schimbare;

8. Conținut

8.1 Curs	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
De ce studiem persuasiunea? Ce este persuasiunea? Persuasiunea, Convingerea, Manipularea, Seducția ca intenții asumate la nivelul discursului. Exemple din mediul digital.	expunerea problematizată, descrierea, observația dirijată, observația independentă, explicația, conversația reproductivă, conversația euristică	2 ore (1,2,3,4,5,6,7,8,9,13, 14)
Atitudinile și consecvența. Credibilitatea. Exemple din mediul digital.	expunerea problematizată, descrierea, observația dirijată, observația independentă, explicația, conversația reproductivă, conversația euristică	2 ore (1,2,3,4,5,6,7,8,13, 14)
Caracteristicile comunicatorilor și capacitatea de a convinge. Conformismul și influența în cadrul grupurilor. Exemple din mediul digital.	expunerea problematizată, descrierea, observația dirijată, observația independentă, explicația, conversația	2 ore (1,2,3,4,5,6,7,8,13, 14)

	reproductivă, conversația euristică	
Limbajul și persuasiunea. Influența non-verbală. Exemple din mediul digital.	expunerea problematizată, descrierea, observația dirijată, observația independentă, explicația, conversația reproductivă, conversația euristică	2 ore (1,2,3,4,5,6,7,8,13, 14)
Structurarea și ordonarea mesajelor persuasive. Persuasiunea secvențială. Exemple din mediul digital.	expunerea problematizată, descrierea, observația dirijată, observația independentă, explicația, conversația reproductivă, conversația euristică	2 ore (1,2,3,4,5,6,7,8,13, 14)
Obținerea conformismului. Inducerea în eroare. Apelurile motivaționale. Exemple din mediul digital.	expunerea problematizată, descrierea, observația dirijată, observația independentă, explicația, conversația reproductivă, conversația euristică	2 ore (1,2,3,4,5,6,7,8,13, 14)
Persuasiunea vizuală. Forme ezoterice de persuasiune. Etica persuasiunii. Exemple din mediul digital.	expunerea problematizată, descrierea, observația dirijată, observația independentă, explicația, conversația reproductivă, conversația euristică	2 ore (1,2,3,4,5,6,7,8,13, 14)
Abordări teoretice ale persuasiunii: Teoria Yale – teoria schimbării atitudinii "dintr-o singură lovitură". Teoria lui William J. Mc. Guire referitoare la procesarea informațiilor. Exemple din mediul digital.	expunerea problematizată, descrierea, observația dirijată, observația independentă, explicația, conversația reproductivă, conversația euristică	2 ore (1,2,3,4,5,6,7,8,13, 14)
Abordări teoretice ale persuasiunii: Critici ale Modelului Yale. Experimentele lui Martin Fishbein. Exemple din mediul digital.	expunerea problematizată, descrierea, observația dirijată, observația independentă, explicația, conversația reproductivă, conversația euristică	2 ore (1,2,3,4,5,6,7,8,13, 14)
Abordări teoretice ale persuasiunii: Teoria echilibrului a lui Fritz Heider. Teoria simetriei a lui Theodore Newcomb. Exemple din mediul digital.	expunerea problematizată, descrierea, observația dirijată, observația independentă, explicația, conversația reproductivă, conversația euristică	2 ore (1,2,3,4,5,6,7,8,13, 14)
Abordări teoretice ale persuasiunii: Teoria disonanței cognitive a lui Leon Festinger. Abordarea funcțională a lui Daniel Katz. Exemple din mediul digital.	expunerea problematizată, descrierea, observația dirijată, observația independentă, explicația, conversația reproductivă, conversația euristică	2 ore (1,2,3,4,5,6,7,8,13, 14)

Tehnici de persuasiune: Utilizarea imaginilor. Comunicarea amăgitoare. Apelul la umor. Apelul la sex. Persuasiunea subliminală. Recursul la teamă. Apelul la rațiune și sensibilitate. Persuasiunea prin repetiția mesajului. Tehnica distorsiunii temporale. Exemple din mediul digital.	expunerea problematizată, descrierea, observația dirijată, observația independentă, explicația, conversația reproductivă, conversația euristică	2 ore (1,2,3,4,5,6,7,8,13, 14)
Tehnici de persuasiune: Tehnica creării impresiei de autoritate. Tehnica răsplătirii favorurilor sau tehnica obținerii "IOU". Tehnica da-da. Tehnica înlocuirii lui "dacă" prin "care". Tehnica răspunsului la o întrebare tot cu o întrebare. Exemple din mediul digital.	expunerea problematizată, descrierea, observația dirijată, observația independentă, explicația, conversația reproductivă, conversația euristică	2 ore (1,2,3,4,5,6,7,8,13, 14)
Manipularea ca formă de persuasiune extremă. Exemple din mediul digital.	expunerea problematizată, descrierea, observația dirijată, observația independentă, explicația, conversația reproductivă, conversația euristică	2 ore (1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13, 14)

Bibliografie

Referințe principale:

1. Robert H. Gass & John S. Seiter - Manual de persuasiune, Polirom, 2009
2. Simona Ștefănescu – Sociologia comunicării, Editura Cetatea de Scaun, 2009
3. Kevin Hogan & James Speakman – Persuasiunea mascată, Meteor Publishing, 2016
4. Juliette Erikson - Arta persuasiunii. Cum să influențezi oamenii și să obții ceea ce vrei, Curtea Veche, 2013
5. Nick Morgan, Robert Cialdini, Linda A Hill, Nancy Duarte - Inteligența emoțională: Influență și persuasiune, Editura Litera, 2019
6. Constantin Sălăvăstru, Teoria și practica argumentării, Editura Polirom, Iași, 2003;
7. Chaïm Perelman, Lucie Olbrechts-Tyteca, Tratat de argumentare. Noua retorică, Iași: Editura Universității "Al.I.Cuza", 2012
8. Ștefan Alexandrescu - Căile persuasiunii în negociere, Creative Vision Publishing International, 2012

Referințe suplimentare:

9. Andre de Peretti, Jean-Andre Le Grand, Jean Boniface - Tehnici de comunicare, Polirom, 2007.
10. David J Lieberman - Mind reader. Află ce gândesc oamenii, ce-și doresc și cine sunt cu adevărat, Bookzone, 2023
11. Roberta Cava - Comunicarea cu oamenii dificili, Curtea Veche, 2007
12. Kurt Mortensen – Legile charismei, Curtea Veche, 2016
13. Wheslen Carvalho – Persuasiune în lumea digitală, Wheslen Carvalho, 2024
14. Larson Charles U. – Persuasiunea. Receptare și responsabilitate, Polirom, Iași, 2003

8.2 Seminar / Laborator	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
Seminar introductiv. Cultivarea persuasiunii în practica discursivă. Aplicații pe cazuri din mediul digital.	expunerea problematizată, exerciții, discuția, observația dirijată, observația independentă, explicația	2 ore (1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13, 14)

Tehnici de propagandă, manipulare și persuasiune în televiziune. Aplicații pe cazuri din mediul digital.	expunerea problematizată, exerciții, discuția, observația dirijată, observația independentă, explicația	2 ore (1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13, 14)
Aptitudini fundamentale în comunicare și cum ne comportăm cu clienții dificili cultivând persuasiunea ca instrument de comunicare eficientă. Aplicații pe cazuri din mediul digital.	expunerea problematizată, exerciții, discuția, observația dirijată, observația independentă, explicația	2 ore (1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13, 14)
Cum să ne comportăm cu superiorii, colegii și subordonații dificili cultivând persuasiunea ca instrument de comunicare eficientă. Aplicații pe cazuri din mediul digital.	expunerea problematizată, exerciții, discuția, observația dirijată, observația independentă, explicația	2 ore (1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13, 14)
Regula reciprocității în persuasiune; Angajament și consecvență în cultivarea persuasiunii. Aplicații pe cazuri din mediul digital.	expunerea problematizată, exerciții, discuția, observația dirijată, observația independentă, explicația	2 ore (1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13, 14)
Charisma, dovada socială și simpatia în cultivarea persuasiunii. Aplicații pe cazuri din mediul digital.	expunerea problematizată, exerciții, discuția, observația dirijată, observația independentă, explicația	2 ore (1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13, 14)
Strategii de cultivare a persuasiunii în contexte comunicaționale particulare. Aplicații pe cazuri din mediul digital.	expunerea problematizată, exerciții, discuția, observația dirijată, observația independentă, explicația	2 ore (1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13, 14)

Bibliografie

Identică cu bibliografia cursului.

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

Urmând cursurile și seminariile de Strategii de Persuasiune, studenții își dezvoltă capacitatea de a construi strategii persuasive pentru punctele de vedere pe care vor să le susțină, de a urmări atent și lucid conținutul persuasiv al ideilor celorlalți și de a-l analiza cu instrumente specifice.

Toate aceste calități sunt necesare în viața unui practician de relații publice care poate fi pus frecvent în situația de a apăra poziția organizației pe care o reprezintă cu privire la o chestiune de interes public și de a persuadea tipuri de public variate.

În plus, chiar și în culisele comunicării publice, talentul configurării unor strategii persuasive poate ajuta un practician în dezbaterile premergătoare construirii unei campanii.

10. Evaluare

10.1 Evaluare continuă		Pondere (min. 30%)	50
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
		Prezentare orală proiect seminar	50	Da
		Proiect	50	Da

10.2 Evaluare finală	Pondere (max. 70%)	50
	Forma de evaluare	Verificare scrisă finală

10.3 Mențiuni (situații speciale în evaluare)

10.4 Standard minim de performanță
Participarea activă la cel puțin 4 seminarii. Îndeplinirea criteriilor de evaluare la nivelul de 50% din punctajul maxim.

Data completării, 22.09.2025	Titular de curs, Conf. Dr. HORIA-COSTIN CHIRIAC	Titular de seminar, Conf. Dr. HORIA-COSTIN CHIRIAC
---	--	---

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