

Universitatea „Al. I. Cuza”

Facultatea de filosofie și Științe Social-Politice

Masterat: Relații Publice și Publicitate

## **Afaceri Publice – curs de specialitate**

Un semestru, 2 ore pe săptămână și 2 ore de seminar pe săptămână pentru fiecare grupă

Titular: Conf. Dr. Dan Stoica

Evaluare; în cadrul seminariilor, studenții construiesc proiecte de Afaceri Publice, cooperând unii cu alții, cooperând cu profesorul, reluând, refăcând, adaptând mereu proiectele la evoluția lumii.

Cotarea se face și în funcție de activitatea de la seminar, și în funcție de reușita proiectului. Contează mai ales ca proiectele să nu aibă caracteristici de proiect de PR.

1. PR și Afaceri Publice
2. Organizarea și structurarea activității de AP
3. Despre externalități
4. Strategia de Afaceri Publice
5. Tehnici de Afaceri Publice: lobby, grass-root lobby
6. Tehnici de Afaceri Publice: acțiune electorală, comitete de acțiune politică
7. Tehnici de Afaceri Publice: tehnici de influență juridică, activism web, coaliții
8. Tehnici de Afaceri Publice: participarea la tratarea problemelor de politici publice
9. Tehnici de Afaceri Publice: Publicitate pentru probleme corporative, relații corporative cu comunitatea, investiții și voluntariat
10. Publicurile Afacerilor Publice
11. Profilul specialistului de Afaceri Publice
12. Construirea „înțelepciunii convenționale”
13. Lumea prin ochii specialistului AP
14. Cariere în domeniul Afacerilor Publice

Cursul își propune să-i formeze pe studenții masteranzi într-un domeniu care, deși este înrudit cu activitatea de PR, este foarte special și cere o deschidere mult mai mare pe multiple planuri.

Activitatea de AP are o primă caracteristică ce o face să fie distinctă de PR: ea se desfășoară în afara pieței specifice și a publicurilor specifice ale organizației. De aceea, un bun specialist în AP trebuie să aibă capacitatea de a surprinde legături între oameni, lucruri, țări, doemni economice sau sociale și să distingă ce anume din relațiile pe care le reperează poate avea legătură cu ceea ce o populație mai vastă ar numi „interes public”, incluzând în ecuație și interesul organizației cu care are contract.

Specialistul trebuie să cunoască lumea de azi, dar și istoria ei, tendințele ei, relațiile dintre diversele ei puncte, dinamica ei. El trebuie să poată și să anticipe mișcările posibile cu impact major, chiar dacă nu direct, asupra mersului lucrurilor și să poată imagina scenarii din care organizația pentru care lucrează ar putea ieși în profit. Un astfel de specialist trebuie să fie un maestru al interrelaționării, un comunicator profesionist cu reale capacități de a lega relații, mai ales în cercurile puterii. Vorbitor de limbi străine, specialistul în AP se menține informat la zi cu tot ce poate servi la creionarea unei imagini complete a lumii și știe că nu trebuie să se limiteze la domeniul de activitate al organizației sale și nici la granițele naționale. Expert în influențare prin discurs, el nu ignoră nici publicurile interne, nici pe cele externe.

În relația cu managerii organizației sale, specialistul în AP va avea un discurs de consiliere, prin care să-i convingă să accepte, când este cazul, costuri mari pentru un profit imediat modest, privind în viitor, acolo unde câștigurile stabile asigură creșterea constantă și solidă a profitului. Tot pe manageri, specialistul în AP trebuie să-i convingă să accepte că rezultatul unei acțiuni de AP ar putea fi pozitiv pentru întreaga ramură economică și că, deci, concurența din interiorul aceluiași domeniu nu intră în discuție decât foarte rar.

Cursul va scoate în evidență și faptul că publicurile Afacerilor Publice pot fi dintre cele mai surprinzătoare, pentru că, în funcție de ținta urmărită, orice public poate fi un public de AP (și vorbim atât despre publicuri interne, cât și despre publicuri externe).

Fiecare curs (dar și fiecare seminar!) începe cu revista presei, pentru ca prezentările mele (dar și proiectele studenților) să se facă în raport cu dinamica lumii în care trăim.

La seminar, se vor face și exerciții de gândire laterală (cf. De Bono), pentru a proba posibilitatea de a descoperi legături și între lucruri aparent separate.

Bibliografia de curs nu seamănă cu sugestiile de lectură făcute în mod obișnuit, pentru că ne interesează abordări non standard, lecturi care pun probleme diferite de cele teoretice, cumva „scolastice”, cu care sînt obișnuiți studenții.

### **Bibliografie (sugestii de lectură)**

C. Wright Mills, *The sociological imagination*, Oxford University Press, 1959

Hofstede, Geert, *Managementul structurilor multiculturale: software-ul gândirii*, traducere de Gabriela Ochiană, București, Editura Economică, 1996.

Bratich, Jack Z., „Regime-of-Truth Change”, in *Cultural Studies <=>Critical Methodologies*, v. 4/2004, pp. 237-241.

Goffman, Erving, *Les rites d'interaction*, Paris, Minuit, 1974 ; orig. engl. *Interaction ritual*, 1967

Săftoiu, Adriana, *Vocile puterii. De vorbă cu purtătorii de cuvînt*, București, Editura Trei, 2007

- Arasse, 2008 – Daniel Arasse, *Nu vedeți nimic. Descrieri*, București, Art
- Berger, 1972 – John Berger, *Ways of seeing*, London, BBC and Penguin Books, 1972, reprinted in 2008
- Eco, 2008 – Umberto Eco, *A spune cam același lucru. Experiențe de traducere*, Iași, Polirom
- Goodman, 1999 – Norman Goodman, *Introducere în sociologie*, București, Editura Lider, [1999]
- Hall, 1978 – Edward T. Hall, *La dimension cachée*, trad. de l'anglais, Paris, Seuil
- Hall, 1984 – Edward T. Hall, *Le langage silencieux*, trad. de l'anglais, Paris, Seuil
- McEwan, Ian, *Literature, science and human nature*, in Robin Headlam Wells and Johnjoe McFadden (Editori), *Human Nature: Fact and Fiction*, London, Continuum International Publishing Group, 2006, pp. 40-60.
- Adomavicius, G., Tuzhilin, A. (2001): Using Data Mining Methods to Build Customer Profiles, *IEEE Computer* 34(2).
- Akiyoshi, M. (2009). Les Japonais en ligne: le prisme des générations et des classes sociales, in *HERMÈS* (55).
- Cardon, D. (2007). Le style délibératif de la «blogosphère citoyenne», in *HERMÈS* (47).
- Denis, Al., Quignard, M., Freard, D., Detienne, F., Baker, M. and Barcellini, F. (2012): Détection de conflits dans les communautés épistémiques en ligne? *TALN 2012*, Grenoble.
- Mortensen, T. E. (2003). Pleasures of the player. Flow and control in online games, Volda University College.
- Bono, Edward de, *Lateral Thinking. A Textbook of Creativity*, London, Penguin Books, 1970.
- Cuilenburg, J. J. van et al., *Știința comunicării*, București, Humanitas, 1998
- Dagenais, Bernard, *Campania de relații publice*, Iași, Polirom, 2003
- Ducrot, Oswald, “L'argumentation par autorité”, Chp. 1. in: *L'argumentation*, Lyon, Presses Universitaires de Lyon, 1981
- Galbraith, John Kenneth, *Știința economică și interesul public*, București, Editura Politică, 1982

Gavriliu, Leonard, *Mic tratat de sofistică*, București, Ed. IRI, 1996

Marcus, Solomon (Ed.), *Semnificație și comunicare în lumea contemporană: prezentare, antologare și îngrijire de Solomon Marcus*, (colecția Filosofie și știință.), București, Editura politică, 1985

McElreath, Mark; Miller, Page W., *Introduction to Public Relations and Advertizing: A Reader from the Consumer's Point of View*, ed. a 3-a, Needham Heights, MA, Ginn Press, 1993  
Spiridon, Monica (coord.), *Comunicarea și schimbarea culturală*, București, Editura Ars Docendi, 2002

Gladwell, Malcolm, *Blink. The power of thinking without thinking*, Back Bay Books, Little, Brown and Company, N.Y., Boston, 2005.

Gladwell, Malcolm, *Outliers. The Story of Success*, London, Allen Lane, an imprint of Penguin Books, 2008.

Ivan L. „Preston, Understanding Communication Research Findugs”, in The Journal of Consumer Affairs, Vol. 43, No. 1, 2009, pp. 170-173.

Bochenski, J. M., *Ce este autoritatea? Introducere în logica autorității*, București, Humanitas, 1992

Borțun, Dumitru, *Bazele epistemologice ale comunicării*, București, editura Ars Docendi a Universității din București, 2002

Galbraith, John Kenneth, *Știința economică și interesul public*, București, Editura Politică, 1982

Gavriliu, Leonard, *Mic tratat de sofistică*, București, Ed. IRI, 1996