FIȘA DISCIPLINEI
Anul universitar 2026/2027

1. Date despre program

1.1. Instituția de Învățământ superior	Universitatea din București
1.2. Facultatea	Geografie
1.3. Departamentul	Geografie Regională și Mediu
1.4. Domeniul de studii	Știința Mediului
1.5. Ciclul de studii	Master
1.6. Programul de studii	Evaluarea Integrată a Stării Mediului

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	**Marketing și comunicare în probleme de mediu**						
2.2. Titularul activităților de curs	**CLIUS MIOARA**						
2.3. Titularul activităților de seminar	**CLIUS MIOARA**						
2.4. Anul de studiu	**II**	2.5. Semestrul	**III**	2.6. Tipul de evaluare	**V**	2.7.Regimul disciplinei	**Op**

3. Timpul total estimat

3.1. Număr de ore pe săptămână	**2**	3.2. Din care Curs	**1**	3.3. Seminar	**1**
3.4. Total ore din planul de învățământ	28	3.5. Din care Curs	14	3.6. Seminar	14
Distribuția fondului de timp					10
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie şi notiţe					10
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate şi pe teren					14
Pregătire seminare/ laborator, teme, referate, portofolii şi eseuri					7
Tutorat					3
Alte activități					3
3.7. Total ore de studiu individual					47
3.8. Total ore pe semestru					75
3.9. Număr de credite					**3**

4. Precondiţii (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Evaluarea multicriterială a mediului; Metode de colectare a datelor de mediu
4.2. de competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Laptop/desktop, conexiune la internet
5.2. de desfășurare a seminarului/ laboratorului	Laptop/desktop, conexiune la internet

6. Rezultatele învățării

Cunoștințe	R5 - Cunoaște și înțelege modul de planificare, documentare, sistematizare și elaborare a studiilor relevante pentru protecția mediului, inclusiv a acelora ce presupun metode participative.
Aptitudini	R5 - Elaborează singur sau în echipe de cercetare studii de specialitate, realizează evaluări integrate și propune pe baza datelor științifice măsurilor de protecție și conservare a mediului.
Responsabilitate și autonomie	R5 - Acționează ca expert independent sau parte din echipe interdisciplinare, asumându-și responsabilitatea formulării de soluții viabile pentru politici și proiecte de mediu.

7. Conţinuturi

7.1. Curs	**Metode de predare**	**Observaţii**
De ce să comunicăm despre mediu? Importanța comunicării în domeniul mediului. Principiile comunicării în domeniul mediului: transparență, adecvare, credibilitate, responsabilitate, claritate	Prelegere Problematizare Expunere sistematică	
Politici, strategii, activități și instrumente de comunicare și marketing în domeniul mediului		
Comunicare și responsabilitate socială corporativă (CSR): comunicarea sustenabilității; managementul reputației, comunicare de criză. .		
Etica în relația mediu-comunicare și marketing. Etica și responsabilitatea în comunicarea de mediu		
Canale și instrumente de comunicare. Strategii de relații publice în proiectele de mediu. Lobby și advocacy pentru politici ecologice. Comunicate de presă, conferințe, interviuri. Gestionarea crizelor de imagine (ex. poluare, accidente ecologice)		
CSR și branding verde pentru organizații. Responsabilitatea socială corporativă în sectorul ecologic. Branding-ul sustenabil și reputația verde. Certificări ecologice și etichete verzi.		
Comunicarea interculturală și participativă. Aspecte culturale în percepția problemelor de mediu. Comunicarea în comunități locale, tradiționale. Metode participative de comunicare: consultări publice, ateliere, evenimente sau forumuri comunitare.		

Bibliografie:

- Chelcea, S. (2005). *Comunicarea în spațiul public*. București: Editura Economică
- Crețu, R. (2021). *Participarea comunitară în mediul rural din România: Practici, obstacole și oportunități*. Revista Calitatea Vieții, 32(2), 134-152.
- Hansen, A., & Cox, R. (Eds.). (2015). *The Routledge Handbook of Environment and Communication*. Routledge
- Jurin R., Doush R., Danter J. (2010) – *Environmental communication*, Springer Scence and Bussines Media
- Kotler P., Keller K.L (2008) – *Managementul marketingului*, Ed. Teora, București
- Pezzullo, P. C., & Cox, R. (2018). *Environmental Communication and the Public Sphere* (5th ed.). Sage
- Petrescu, D. (2007). *Comunicare și dezvoltare comunitară în mediul rural*. Iași: Polirom.
- ISO 14001:2015. *Environmental Management Systems. Requirements with Guidance for Use*.
- European Environment Agency (EEA). *The European Environment State and Outlook Report* (ultima ediție).
- United Nations. *Transforming Our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development*.
- OECD Guidelines for Multinational Enterprises
- Circular Economy Action Plan

7.2 Seminar	**Metode de predare**	**Observaţii**
Exemple de bună-practică în marketingul și comunicarea de mediu	Problematizare	

Realizarea unor instrumente de comunicare scrisă pentru un proiect de comunicare de mediu	Rezolvare de probleme Conversație euristică	
Proiectarea unor activități de comunicare și marketing în domeniul mediului		
Mesaje și strategii de comunicare eficientă.		
Analiză de publicuri țintă și analiza stakeholderilor		
Completarea unei aplicații pentru un proiect de comunicare de mediu		
Realizarea unui proiect de semestru pentru analiza comunicării corecte a problemelor de mediu: analiza reprezentării principiilor de comunicare de mediu, analiza conținuturilor instrumentelor de comunicare de mediu, analiza oportunităților în alegerea activităților de comunicare de mediu.		

Bibliografie:

- Canavan B. (2015) *Marketing a tourism industry in late stage decline: the case of the Isle of Man,* Cogend Business and Management, http://dx.doi.org/10.1080/23311975.2015.1004227
- Ciocănea C.M., Sorescu C., Ianoși M., Bagrinovschi V. (2016) *Assessingg public perception on protected areas in Iron Gates Natural Park,* Procedia Environmental Sciences 32, p. 70-79
- Clius M., Ristea M., Mustățea M. (2017) *Turism development versus sustainable management in Natura 2000 sites. Study case: Romanian sector of the Black Sea coast,* SGEM 2017 Conference Proceedings, vol. I, Ecology, Education and Legislation, Issue 51, Ecology and Environmental Protection (pp.1047-1055)
- Clius M., Teleuca A., David O., Moroşanu A.(2012), *Trail Accesibility as a Tool for Sustainable Management of Protected Areas: Case study Ceahlău National Park, Romania,* Procedia Environmental Science, vol 14, Science Direct D.B. http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1878029612004963
- Shkak J., Hassan H.G. (2022) *Principles of Marketing: Marketing Environment,* Soran University, DOI: 10.13140/RG.2.2.12274.73929
- Srodowiska R.O. (2013) *Responibiity for the Environment and Marketing,* European Journal of Marketin, 15 (pp 2799-2810)
- https://environment.ec.europa.eu

8. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale şi angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

Comunicarea este esențială pentru diseminarea corectă și eficientă a studiilor și evaluărilor mediului. Conținuturile cursului pot fi utilizate pe parcursul programului de master, iar după finalizarea acestuia ele pot fi valorizate în colective pluridisciplinare din instituții publice și private pentru stabilirea strategiilor și politicilor de mediu, pentru elaborarea proiectelor, pentru comunicarea rezultatelor cercetărilor prin instrumente specifice.

9. Evaluare

Tip de activitate	9.1. Criterii de evaluare	9.2. Metode de evaluare	9.3. Pondere din nota finală
9.4. Curs	Parcurgerea conținuturilor cursului și a bibliografiei.	Evaluare orală/verificare	40%
9.5. Seminar	Realizarea unor proiecte în grup pentru proiectarea unor: instrumente, activități de comunicare și marketing în domeniul mediului, analiza unor grupuri țintă. Realizarea unui proiect de semestru de analiză a unei comunicări de mediu.	Prezentare rezultate analize; prezentare proiect semestru.	30% 30%
Standard minimum de performanță	Realizarea proiectelor de seminar și respectarea criteriilor de elaborare, analiză și prezentare.		

Data Completării **Semnătura titularului de curs** **Semnătura titularului de seminar**

06.10.2026

Data avizării în departament

Semnătura Directorului de Departament