**FIŞA DISCIPLINEI**

1. **Date despre program**

|  |  |
| --- | --- |
| * 1. Instituţia de învăţământ superior | **UNIVERSITATEA DE VEST DIN TIMIŞOARA** |
| 1.2 Facultatea / | **FACULTATEA DE ŞTIINŢE POLITICE, FILOSOFIE ŞI ŞTIINŢE ALE COMUNICĂRII** |
| 1.3 Departamentul | **DEPARTAMENTUL DE FILOSOFIE ŞI ŞTIINŢE ALE COMUNICĂRII** |
| 1.4 Domeniul de studii | STIINTELE COMUNICARII |
| 1.5 Ciclul de studii | MASTER |
| 1.6 Programul de studii / Calificarea | Mass-media și relații publice / 242405 – Evaluator de competenţe profesionale; 242401 – Formator; 243208 – Organizator protocol; 243210 – Organizator târguri şi expoziţii; 243206 – Purtător de cuvânt; 243201 – Specialist în relaţii publice |

1. **Date despre disciplină**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 2.1 Denumirea disciplinei | | | Relații publice în cultură | | | | | |
| 2.2 Titularul activităţilor de curs | | | Conf.dr. Claudiu Mesaros | | | | | |
| 2.3 Titularul activităţilor de seminar | | | Lect.dr. Stefana Oana Ciortea Neamtiu | | | | | |
| 2.4 Anul de studiu | 2 | 2.5 Semestrul | | 1 | 2.6 Tipul de evaluare | e | 2.7 Regimul disciplinei | o |

1. **Timpul total estimat (ore pe semestru al activităţilor didactice)**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 3.1 Număr de ore pe săptămână | 4 | din care: 3.2 curs | | 2 | 3.3 seminar/laborator | 2 |
| 3.4 Total ore din planul de învăţământ | 56 | din care: 3.5 curs | | 28 | 3.6 seminar/laborator | 28 |
| **Distribuţia fondului de timp:** | | | | | | **ore** |
| Studiul după manual, suport de curs, bibliografie şi notiţe | | | | | | 35 |
| Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate / pe teren | | | | | | 50 |
| Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii şi eseuri | | | | | | 35 |
| Tutoriat | | | | | | 20 |
| Examinări | | | | | | 4 |
| Alte activităţi…………………………………… | | | | | |  |
| **3.7 Total ore studiu individual** | **144** | |
| **3.8 Total ore pe semestru** | **200** | |
| **3.9 Numărul de credite** | **8** | |

1. **Precondiţii (acolo unde este cazul)**

|  |  |
| --- | --- |
| 4.1 de curriculum | * Cuno;tinte de Relatii Publice si comunicare nivel licenta |
| 4.2 de competenţe | * Abilitate de planificare |

1. **Condiţii (acolo unde este cazul)**

|  |  |
| --- | --- |
| 5.1 de desfăşurare a cursului | * Mijloace materiale: sală de curs, proiector, laptop, conexiune la internet, tablă. * Managementul Grupului: telefoanele mobile pe modul silențios; * Se face prezența la începutul fiecărui curs |
| 5.2 de desfăşurare a seminarului/laboratorului | * Sală de seminar, proiector, laptop, internet, tablă. * Managementul Grupului: telefoanele mobile pe modul silentios; * Se face prezența la începutul fiecărui seminar. * Bibliografia de seminar va fi împărțită între studenți spre lectură pentru fiecare seminar în parte - lectura este asumată de studenți pe bază de înscriere la titularul de seminar |

1. **Competenţele specifice acumulate**

|  |  |
| --- | --- |
| Competenţe profesionale | C1.2 Explicarea conceptuală a situaţiilor de comunicare şi a problemelor de specialitate din domeniu  C2.2 Identificarea particularităţilor utilizării specializate a diverselor tipuri media în comunicare  C2.4 Utilizarea unor criterii şi metode standard de evaluare a calităţii şi limitelor folosirii diverselor tehnologii în cadrul unor acte concrete de informare şi comunicare  C3.2 Tratarea comunicării şi a publicului / audienţei din perspectiva unor parametri specifici domeniului |
| Competenţe transversale | * CT2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice |

1. **Obiectivele disciplinei (reieşind din grila competenţelor specifice acumulate)**

|  |  |
| --- | --- |
| 7.1 Obiectivul general al disciplinei | * **C3. IDENTIFICAREA ŞI UTILIZAREA STRATEGIILOR, METODELOR ŞI TEHNICILOR DE COMUNICARE ÎN PROCESUL DE RELAŢII PUBLICE** |
| 7.2 Obiectivele specifice | 1. Obiective de cunoaștere (O. c.); 2. Obiective de abilitare (O. ab.); 3. Obiective atitudinale  1.  O.c.1 Utilizarea corectă a noțiunilor și conceptelor specifice disciplinei  O.c.2 acumularea de cunoștințe din domeniul relațiilor publice în cultură  2.  O. ab. 1 analiza comunicatelor de presă  O.ab. 2 analiza contractelor de parteneriat între o instituție de cultură și mass-media  O.ab. 3 familiarizarea cu strategiile de comunicare în cazul unui eveniment de amploare  O.ab. 4 familiarizarea cu strategiile de comunicare în cazul unui eveniment caritabil  O. ab. 5 utilizarea mediului online și a rețelelor de socializare pentru prezentarea instituțiilor de cultură și a evenimentelor culturale  O.ab.6 analiza profilului relaționistului din instituțiile de cultură  3.  O. at. 1 Explicarea relevanței disciplinei în contextul profilului specializării   * O. at. 2 Dezvoltarea eticii și deontologiei profesionale |

1. **Conţinuturi**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **8.1 Curs** | **Metode de predare** | **Observaţii** |
| Introducere. Consideraţii generale | Expunere, ilustrare, dialog, atelier | 2 ore |
| Rolul relaţiilor publice în cultura: obiect, specific, scop, instrumente. Arta, entertainment, timp liber, cultura populara. Creative industries | Expunere, ilustrare, dialog, atelier | 4 ore |
| RP cultural și brand de țară | Expunere, ilustrare, dialog, atelier | 2 ore |
| Conceptul de industrie culturală | Expunere, ilustrare, dialog, atelier | *2 ore. Dialectica Luminilor* de Theodor Adrono și Max Horkheimer |
| Cultura de masă | Expunere, ilustrare, dialog, atelier | 2 ore |
| Dialog intercultural | Expunere, ilustrare, dialog, atelier | 2 ore |
| Organizarea evenimentelor culturale academice. Studiu de caz: firma Trivent, | Expunere, ilustrare, dialog, atelier | 2 ore. Prezența unui invitat care va detalia studiul de caz și va răspunde la întrebările studenților |
| Organizarea evenimentelor culturale cu public general. Studiu de caz: Revolution festival | Expunere, ilustrare, dialog, atelier | 2 ore. Prezența unui invitat care va detalia studiul de caz și va răspunde la întrebările studenților |
| Organizarea evenimentelor culturale cu public specializat. Studiu de caz: Conferințele PRBeta | Expunere, ilustrare, dialog, atelier | 2 ore. Prezența unui invitat care va detalia studiul de caz și va răspunde la întrebările studenților |
| Organizarea evenimentelor culturale cu public specializat. Studiu de caz: festivalul Plai Timișoara | Expunere, ilustrare, dialog, atelier | 2 ore. Prezența unui invitat care va detalia studiul de caz și va răspunde la întrebările studenților |
| Organizarea evenimentelor culturale cu public specializat. Studiu de caz: festivalul de film Timshort | Expunere, ilustrare, dialog, atelier | 2 ore. Prezența unui invitat care va detalia studiul de caz și va răspunde la întrebările studenților |
| Interdependența între Pr cultural, sport și turism. | Expunere, ilustrare, dialog, atelier | 2 ore |
| Valori ale turismului cultural Dialogul intercultural. Moralitatea. Cunoaşterea minorităţilor. | Expunere, ilustrare, dialog, atelier | 2 ore |
|  |  |  |
| Bibliografie   1. Coman, Cristina, *Relațiile Publice: principii și strategii*, Iași, Ed. Polirom, 2006. 2. Coman, Cristina, *Comunicarea de criză: tehnici și strategii*, Iași, Ed. Polirom, 2009. 3. Frönlich, Karl, *Relații publice: comunicarea eficientă cu publicul și cu presa*, București, Ed. ALL, 2009. 4. Gregory, Anne, *Planificarea și managementul campaniilor de Relații Publice*, Iași, Ed. Polirom, 2009. 5. Hamil, Sean și Chadwick, Simon (ed.), *Managing Football* (resursă electronică), Amsterdam, Elsevier/Butterworth-Heinemann, 2010. 6. Marconi, Joe, *Ghid practic de relații publice*, Iași, Ed. Polirom, 2007. 7. Newsom, Doug et. al., *Totul despre relații publice*, Iași, Ed. Polirom, 2003. 8. Newsom, Doug și Carrell, Bob, *Redactarea materialelor de relații publice*, Iași, Ed. Polirom, 2004. 9. Stanley, Adela, *Careers in Marketing, Advertising and PR*, Londra, Ed. Kogan Page, 2000. 10. Theaker, Alison, The PR Handbook, ed. a II-a, Londra – New York, Ed. Routledge, 2004. 11. Carden Ann R., „Travel and tourism practitioners put public relations in the driver's seat”, [*Public Relations Tactics*](http://proquest.umi.com/pqdweb?RQT=318&pmid=36069&TS=1190283022&clientId=65085&VInst=PROD&VName=PQD&VType=PQD). New York: [Apr 2003](http://proquest.umi.com/pqdweb?RQT=572&VType=PQD&VName=PQD&VInst=PROD&pmid=36069&pcid=4447001&SrchMode=3). Vol. 10, Iss. 4 12. , Deuschl, Dennis,, *Travel and Tourism Public Relationa. An introductory Guide for Hospitality Managers*. Elsevier, 2006 13. , Dolnicar Sara,, „Beyond Commonsense Segmentation: A Systematics of Segmentation Approaches in Tourism”, în: Journal of Travel Research, vol. 42, 2004, 244-250 14. , Schutz Laura,, „Turismul: rolul strategic al relaţiilor publice”, în: Markmedia.ro. Revistă de marketing şi comunicare în afaceri (URL=http://www.markmedia.ro/article\_show.php?g\_id=583) 15. , Sweeney Katie., [*Public Relations Tactics*](http://proquest.umi.com/pqdweb?RQT=318&pmid=36069&TS=1190282883&clientId=65085&VInst=PROD&VName=PQD&VType=PQD)*.* New York: [Apr 2003](http://proquest.umi.com/pqdweb?RQT=572&VType=PQD&VName=PQD&VInst=PROD&pmid=36069&pcid=4447001&SrchMode=3). Vol. 10, Iss. 4 16. , TEARFUND, Tourism. Putting Ethics into practice. A report on the Responsible Bussiness Practice of 65 UK-based tour operators, 2001. 17. , Theobald William F. (ed.),, *Global Tourism*, Third edition, Elsevier Inc., 2005   Tourism recreation research and education centre, Tourism planning toolkit for local government, New Zealand, 2004 | | |
| 8.2 Seminar / laborator | Metode de predare | Observaţii |
| **Comunicarea cu presa pentru un festival**  **O.c.1**  **O.c.2**  **O.ab.3**  **O.at.1**  **O.at.2** | **Studiu de caz: FEST-FDR Analiză. Discuții.** | **2h**  **Prezentarea cazului de către titularul seminarului**  **http://ro.tntimisoara.com/fest-fdr2016/** |
| **Comunicatul de presă**  O.c.1  O.c.2  O. ab. 1  O. at. 1  O. at. 2 | **Exemplificări. Analiză. Exerciții** | **2h**  **Marconi, Joe, *Ghid practic de relații publice*, Iași, Ed. Polirom, 2007.**  **Newsom, Doug și Carrell, Bob, *Redactarea materialelor de relații publice*, Iași, Ed. Polirom, 2004.** |
| **Contractul de parteneriat între o instituție de cultură și mass-media**  O.c.1  O.c.2  O.ab. 2  O. at. 1  O. at. 2 | **Exemplificări. Analiză.**  **Exerciții** | **2h**  **Marconi, Joe, *Ghid practic de relații publice*, Iași, Ed. Polirom, 2007.**  **Newsom, Doug și Carrell, Bob, *Redactarea materialelor de relații publice*, Iași, Ed. Polirom, 2004.** |
| **PR pentru un simpozion**  O.c.1  O.c.2  O.ab.3  O. at. 1  O. at. 2 | **Pregătirea simpozionului 25 de ani Jurnalism la UVT** | **6h**  **Gregory, Anne, *Planificarea și managementul campaniilor de Relații Publice*, Iași, Ed. Polirom, 2009.capitalaculturala2021.ro**  **europa.eu**  **timisoara2021.ro** |
| **PR pentru un eveniment de amploare** | **Studiu de caz : Timișoara, Capitală Europeană a Culturii 2021** | **6h**  **Gregory, Anne, *Planificarea și managementul campaniilor de Relații Publice*, Iași, Ed. Polirom, 2009.capitalaculturala2021.ro**  **europa.eu**  **timisoara2021.ro** |
| **PR online pentru instituții de cultură: site-uri, pagini de facebook, bloguri**  O.c.1  O.c.2  O. ab. 5  O. at. 1  O. at. 2 | **Studii de caz. Analiză. Discuții** | **2h**  **De ex.:**  [**http://ro.tntimisoara.com**](http://ro.tntimisoara.com)  **https://ro-ro.facebook.com/tntimisoara/**  **ort.ro**  **ccgtm.ro** |
| **Relaționistul și departamentul de comunicare într-o instituție de cultură**  O.c.1  O.c.2  O.ab.6  O. at. 1  O. at. 2 | **Studiu de caz: Teatrul Național din Timișoara resp. Centrul Cultural German (cu invitarea persoanelor implicate)** | **4h**  **Prezentarea unui caz de către titularul seminarului**  **Stanley, Adela, *Careers in Marketing, Advertising and PR*, Londra, Ed. Kogan Page, 2000.**  **Theaker, Alison, *The PR Handbook*, ed. a II-a, Londra – New York, Ed. Routledge, 2004.** |
| **Bibliografie**   1. **Coman, Cristina, *Relațiile Publice: principii și strategii*, Iași, Ed. Polirom, 2006.** 2. **Coman, Cristina, *Comunicarea de criză: tehnici și strategii*, Iași, Ed. Polirom, 2009.** 3. **Frönlich, Karl, *Relații publice: comunicarea eficientă cu publicul și cu presa*, București, Ed. ALL, 2009.** 4. **Gregory, Anne, *Planificarea și managementul campaniilor de Relații Publice*, Iași, Ed. Polirom, 2009.** 5. **Marconi, Joe, *Ghid practic de relații publice*, Iași, Ed. Polirom, 2007.** 6. **Newsom, Doug et. al., *Totul despre relații publice*, Iași, Ed. Polirom, 2003.** 7. **Newsom, Doug și Carrell, Bob, *Redactarea materialelor de relații publice*, Iași, Ed. Polirom, 2004.** 8. **Stanley, Adela, *Careers in Marketing, Advertising and PR*, Londra, Ed. Kogan Page, 2000.** 9. **Theaker, Alison, *The PR Handbook*, ed. a II-a, Londra – New York, Ed. Routledge, 2004.**   **Webografie:**  **balul-vienez.ro/**  **capitalaculturala2021.ro**  **ccgtm.ro**  **europa.eu**  [**http://ro.tntimisoara.com**](http://ro.tntimisoara.com)  **ort.ro**  **poynter.org**  **http://ro.tntimisoara.com**  **timisoara2021.ro**  **Site-urile și paginile de facebook ale principalelor instituții de cultură din Timișoara (selecție).** | | |

1. **Coroborarea conţinuturilor disciplinei cu aşteptările reprezentanţilor comunităţii epistemice, asociaţiilor profesionale şi angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului**

|  |
| --- |
| * Studenții vor dobândi abilități de planificare și organizare a unui eveniment cultural. |

1. **Evaluare**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Tip activitate | 10.1 Criterii de evaluare | 10.2 Metode de evaluare | 10.3 Pondere din nota finală |
| 10.4 Curs |  |  |  |
| Media ponderată a notelor obţinute pe Prezenţă, Intervenţii la Seminar, Lucrare practică realizată, Lucrarare de control, Referat/Traducere/Proiect |  |  |
| 10.5 Seminar / laborator | O.c.1  O.c.2  O.ab.1  O.ab.2  O.ab.3  O.ab.4  O.ab.5  O.ab.6  O. at. 1  O. at. 2 | Realizarea unui comunicat de presă și a unui contract de parteneriat media; pregătirea simpozionului 25 de ani Jurnalism |  |
| ***Nota finală***: Se obţine prin media ponderată între nota de seminar şi nota obţinută la colocviul final. Nota de seminar are o pondere de 60%. |  |  |
| 10.6 Standard minim de performanţă | | | |
| * însușirea corectă a noțiunilor și conceptelor * se ține cont de prezență * redactarea și prezentarea interviurilor este obligatorie * Participarea la realizarea unui proiect in echipa, cu indeplinirea unor functii profesionale date | | | |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Data completării  01.10.2017 | Semnătura titularului | |  |
| Data avizării în departament | | Semnătura directorului departamentului | |