**FIŞA DISCIPLINEI**

**C1R3106 Crearea de imagine in Relatiile Publice**

**1.Date despre program**

|  |  |
| --- | --- |
| * 1. Instituţia de învăţământ superior | Universitatea de Vest din Timisoara |
| 1.2 Facultatea / Departamentul | Facultatea de Ştiinţe Politice, Filosofie şi Ştiinţe ale Comunicării |
| 1.3 Departamnetul | Departamentul de Filosofie şi Ştiinţe ale Comunicării |
| 1.4 Domeniul de studii | Ştiinţele comunicării |
| 1.5 Ciclul de studii | Licenţă |
| 1.6 Programul de studii / Calificarea | Comunicare şi Relaţii Publice |

1. **Date despre disciplină**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 2.1 Denumirea disciplinei | | | Crearea de imagine în RP | | | | | |
| 2.2 Titularul activităţilor de curs | | | Conf.dr. Alexandru Petrescu | | | | | |
| 2.3 Titularul activităţilor de seminar | | | Asist.dr. Iasmina Petrovici | | | | | |
| 2.4 Anul de studiu | III | 2.5 Semestrul | | I | 2.6 Tipul de evaluare | C | 2.7 Regimul disciplinei | Opt. |

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

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 3.1 Număr de ore pe săptămână | 3 | din care: 3.2 curs | | 2 | 3.3 seminar/laborator | 1 |
| 3.4 Total ore din planul de învăţământ | 42 | din care: 3.5 curs | | 28 | 3.6 seminar/laborator | 14 |
| **Distribuţia fondului de timp:** | | | | | | **ore** |
| Studiul după manual, suport de curs, bibliografie şi notiţe | | | | | | 15 |
| Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate / pe teren | | | | | | 20 |
| Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii şi eseuri | | | | | | 20 |
| Tutoriat | | | | | | 10 |
| Examinări | | | | | | 5 |
| Alte activităţi…………………………………… | | | | | | 13 |
| **3.7 Total ore studiu individual** | **83** | |
| **3.8 Total ore pe semestru** | **100** | |
| **3.9 Numărul de credite** | **4** | |

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

|  |  |
| --- | --- |
| 4.1 de curriculum |  |
| 4.2 de competenţe |  |

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

|  |  |
| --- | --- |
| 5.1 de desfăşurare a cursului |  |
| 5.2 de desfăşurare a seminarului/laboratorului |  |

1. **Competenţele specifice acumulate**

|  |  |
| --- | --- |
| Competenţe profesionale | 1) Identificarea si utilizarea limbajului, metodologiilor şi cunoştinţelor de specialitate din domeniul ştiinţelor comunicării  2) Utilizarea noilor tehnologii de informare şi comunicare (NTIC)  3) Identificarea şi utilizarea strategiilor, metodelor şi tehnicilor de comunicare în procesul de relaţii publice  4) Realizarea şi promovarea unui produs de relaţii publice  5.Înţelegerea “relaţiilor publice” ca modalitate de gestiune a imaginii unei organizaţii;  6.cunoaşterea modalităţilor prin care se gestionează imaginea unei instituţii. |
| Competenţe transversale | * Rezolvarea în mod realist - cu argumentare atât teoretică, cât şi practică - a unor situaţii profesionale uzuale, în vederea soluţionării eficiente şi deontologice a acestora * Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice * Preocuparea pentru perfecţionarea profesională prin antrenarea abilităţilor de gândire critică * Conştientizarea nevoii de formare continuă; utilizarea eficientă a resurselor şi tehnicilor de învăţare, pentru dezvoltarea personală şi profesională * Familiarizarea cu rolurile şi activităţile specifice muncii în echipă şi distribuirea de sarcini pentru nivelurile subordonate |

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

|  |  |
| --- | --- |
| 7.1 Obiectivul general al disciplinei | * Înţelegerea specificului activităţii de Relaţii publice – ca gestionare a imaginii unei organizaţii |
| 7.2 Obiectivele specifice | * -înţelegerea imaginii –ca sursă de productivitate în gestionarea activităţii unei organizaţii; * -stăpanirea conceptelor de : identitate vizuală, imagine de marcă, logo, postpublicitate etc. * -identificarea unor patologii ale comunicării prin imagini |

1. **Conţinuturi**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **8.1 Curs** | **Metode de predare** | **Observaţii** |
| |  |  |  | | --- | --- | --- | | Nr. Crt. | Conţinut, titlu şi principalele probleme | Nr. Ore curs | | 1-2 | 1. Noţiuni de imagologie: perpectiva fenomenologica si cea din psihologia sociala; comunicarea imaginii prin RP  * Universul simbolic – univers specific uman; * Mentalităţi colective şi imaginile sociale; * Cotidian şi imagine;   - Autoritate, public şi imagine; Politică şi imagine. | 4 ore | | 3-4-5 | Comunicare prin imagine:  Comunicare mediatizată; Comunicare publicitară. | 4 ore | | 6-7-8 | 6. Crearea de imagine în instituţii, organizaţii, organisme politice etc.:  6.1 Relaţii Publice şi “relaţii cu publicul”;tipuri de public.  7.Rolul argumentării şi persuasiunii în formarea şi utilizarea imaginii:  7.1. Imaginea şi “consumatorul de realitate mediată”;  8. Multiplicatori de imagine;  8.1. Imagine şi reputaţie | 6 ore | | 9 | Crearea imaginii de marcă:  -Legitimitatea şi poziţia pe piaţă;  - Valori care ilustraza legitimitatea;  -Vizibilitate proximală şi vizibilitate distală; | 2 ore | | 10-11 | Relaţiile publice şi publicitatea: studii de caz | 4 ore | | 12 | Rolul Media în manipularea informaţional-imagologică | 2 ore | | 13 | Susţinera imaginii unei organizaţii în mediul internaţional:   * Statutul actual al Relaţiilor Publice internaţionale; * Principii ale excelenţei în Relaţiile Publice internaţionale; * Bariere şi dificultăţi în construirea imaginii externe; * Rolul imaginii în adecvarea la publicul ţintă din străinătate; * Tehnici şi instrumente ale creării şi cultivării unei imagini internaţionale pozitive: * A) “Filosofia” relaţiilor cu presa internaţională; * B) Organizarea de evenimente; * C) Relaţii Publice pe internet. | 4 ore | | 14 | Măsurarea produselor Relaţiilor Publice: metoda *analizei imagologice…*……… | 2 ore | | Metoda expozitivă: Prelegere  Demonstraţia euristică  Studiul de caz  Analiza de text |  |
| **Bibliografie**   1. Alain Joannes, *Comunicarea prin imagini*, Polirom, 2009; 2. Alex Mucchielli, *Comunicarea în instituţii şi organizaţii*, Polirom, 2008; 3. Max Sutherland şi Alice, K. Szlvester, *De la publicitate la consumator. Ce „merge”, ce „nu merge” şi mai ales de ce*, Polirom, 2008.   4. Anderson, G., “A global look at public relation”, in B. Cantor, *Expert in Action*, White Plains, NY: Longman, 1989, pp. 412-422.  5. Bacos Camelia, “Rolul imaginii asupra mentalităţilor colective”, în *Societate şi cultură*, nr. 3/ 1992. | | |
| **8.2 Seminar / laborator** | **Metode de predare** | **Observaţii** |

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

|  |
| --- |
| * Participarea la conferinţe ştiinţifice cu studii din domeniu |

1. **Evaluare**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Tip activitate | 10.1 Criterii de evaluare | 10.2 Metode de evaluare | 10.3 Pondere din nota finală |
| 10.4 Curs | Activitatea de participare la cursuri | Conversaţia; portofoliul, lucrare scrisă | 60% |
|  | Testarea continuă pe parcursul semestrului | 20% |
| 10.5 Seminar / laborator | Abilităţi în alcătuirea unui referat şi în capacitatea de identificare a unor structuri argumentative în studiile de caz analizate | Activităţi gen referate, eseuri, traduceri | 20% |
|  |  |  |
| 10.6 Standard minim de performanţă | | | |
| * Prezentarea unui referat în activitatea de seminar;   - Obţinerea punctajului minim la unul dintre subiectele testate în examen. | | | |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Data completării  15.10.2017 | Titular curs: conf.dr. Alexandru Petrescu | |  |
| Data avizării în catedră/departament | | Director de deparatament | |