**FIŞA DISCIPLINEI**

1. **Date despre program**

|  |  |
| --- | --- |
| * 1. Instituţia de învăţământ superior | **UNIVERSITATEA DE VEST DIN TIMIŞOARA** |
| 1.2 Facultatea / Departamentul | **FACULTATEA DE ŞTIINŢE POLITICE, FILOSOFIE ŞI ŞTIINŢE ALE COMUNICĂRII** |
| 1.3 Catedra | **DEPARTAMENTUL DE FILOSOFIE ŞI ŞTIINŢE ALE COMUNICĂRII** |
| 1.4 Domeniul de studii | **ŞTIINŢELE COMUNICĂRII D4** |
| **1.5 Ciclul de studii** | **LICENTA** |
| 1.6 Programul de studii / Calificarea | **Disciplină de specialitate** |

1. **Date despre disciplină**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 2.1 Denumirea disciplinei | | | **Managementul relațiilor publice** | | | | | |
| 2.2 Titularul activităţilor de curs | | | **Lect. dr. Simona BADER** | | | | | |
| 2.3 Titularul activităţilor de seminar | | | **Lect. dr. Laura MALIȚA** | | | | | |
| 2.4 Anul de studiu | III | 2.5 Semestrul | | II | 2.6 Tipul de evaluare | EX | 2.7 Regimul disciplinei | OB |

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

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 3.1 Număr de ore pe săptămână | 2 | din care: 3.2 curs | | 1 | 3.3 seminar/laborator | 1 |
| 3.4 Total ore din planul de învăţământ | 28 | din care: 3.5 curs | | 14 | 3.6 seminar/laborator | 14 |
| **Distribuţia fondului de timp:** | | | | | | **ore** |
| Studiul după manual, suport de curs, bibliografie şi notiţe | | | | | | 10 |
| Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate / pe teren | | | | | | 8 |
| Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii şi eseuri | | | | | | 10 |
| Tutoriat | | | | | | 2 |
| Examinări | | | | | | 2 |
| Alte activităţi…………………………………… | | | | | |  |
| **3.7 Total ore studiu individual** | **32** | |
| **3.8 Total ore pe semestru** | **75** | |
| **3.9 Numărul de credite** | **3** | |

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 | * Sala cu videoproiector |
| 5.2 de desfăşurare a seminarului/laboratorului | * Sala cu videoproiector |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Competenţele specifice acumulate**Competenţe profesionale | |  |  | | --- | --- | | **Competenţe specifice** **disciplinei** | * Explicarea conceptuală a situațiilor de comunicare și a problemelor de specialitate în domeniu | | • Elaborarea unor proiecte de investigație și intervenție în domeniul de specialitate | | • Tratarea comunicării și a publicului/audienței din perspectiva unor parametri specifici domeniului | | • Formularea de ipoteze, operaționalizarea conceptelor, explicarea și interpretarea comunicării publicitare, dezvoltarea unor modalități de soluționare a problemelor de comunicare publicitară | |
| Competenţe transversale | • Rezolvarea în mod realist – cu argumentare atât teoretică, cât și practică – a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora  • Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice  • Autoevaluarea nevoii de formare profesională, în scopul inserţiei şi a adaptării la cerinţele pieţei muncii. |

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

|  |  |
| --- | --- |
| * 1. Obiectivul general al disciplinei | * Cunoaşterea şi insusirea activitatilor de gestiune a RP * Familiarizarea cu principalele activităţi ale strategiei RP |
| 7.2 Obiectivele specifice | * Cunoaşterea şi înţelegerea activitatilor fundamentale şi a conceptelor specifice domeniului managementului relatiilor publice * Analiza unor campanii de specialitate * Antrenarea abilităţilor de documentare şi sinteză |

1. **Conţinuturi**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **8.1 Curs** | | **Metode de predare** | | **Observaţii** |
| 1. Prezentarea disciplinei si a bibliografiei generale. Planificarea activitatii de RP.   Managementul strategic al activităţilor de relaţii publice | | Prelegere, discuții, dezbateri, | | 2 ore (Studiu după ghid, Documentare suplimentară, Pregătire seminar, Evaluare pe parcurs) |
| 1. Organizarea activitatii de RP   Departamente de relaţii publice | | Prelegere, ilustrare, dialog și studiu de caz | | 2 ore (Studiu după ghid, Documentare suplimentară, Pregătire seminar, Evaluare pe parcurs) |
| 1. Rolul relaţiilor publice în autodefinirea organizaţiei   Categoriile de public ale organizatiei. | | Prelegere, ilustrare, dialog și studiu de caz | | 2 ore (Studiu după ghid, Pregatire seminar) |
| 1. Poziţionarea organizatiei in functie de categoriile de public   Probleme de RP. Tipologii | | Prelegere, ilustrare, dialog și studiu de caz | | 2 ore (Studiu după ghid, Pregatire seminar) |
| 1. Strategii de rezolvare a problemelor de RP   Bugetarea activitatii de RP | | Prelegere, ilustrare, dialog și studiu de caz | | 2 ore (Studiu după ghid, Pregatire seminar) |
| 1. Planificarea calendaristica a activitatii de RP.   Evaluarea activitatii de RP | | Prelegere, ilustrare, dialog și studiu de caz | | 2 ore (Studiu după ghid, Pregatire seminar) |
|  | |  | |  |
| **Bibliografie**  Dagenais, Bernard, (2003): *Campania de relaţii publice,* traducere de RominaSurugiu şi George Surugiu, Polirom, Iaşi  Hart, Norman (f.a.), *The public relations audit,* Cambridge Strategy Publications Ltd  Newsom, Doug, VanSlyke Turk, Judy, Kruckeberg, Dean, (2003): *Totul despre relaţiile publice,* traducere coordonată de Cristina Coman*,* Polirom, Iaşi  Smith, Donald. D., (2005): *Strategic planning for public relations,* Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, Mahwah, New Jersey, London | | | | |
| **8.2 Seminar / laborator** | **Metode de predare** | | **Observaţii** | |
| |  |  |  | | --- | --- | --- | |  | 1. Alcătuiţi o scurtă bază de date cu:  a. Agenţii de PR din România  b. Agenţii de PR din Timişoara  c. Filiale din Timişoara ale unor Agenţii de PR naţionale  d. Departamente interne de PR ale unor organizaţii diverse (companii comerciale, ONG, structuri administrative).  e. Departamente externe ce ofera servicii de consultanță în PR  Stabiliţi contactul cu o structură de PR identificată la punctul 1, în vederea obţinerii acordului pentru o vizită de documentare. Încercaţi să obţineţi colaborarea acesteia fără apel la intermediari, numai prin comunicare personală  2. Vizitaţi structura de PR contactată săptămâna trecută şi încercaţi să obţineţi informaţii despre:  - structura departamentului de RP sau agenţiei, după caz  - organizarea activităţii (pe proiecte, clienţi, publicuri)  - un proiect desfăşurat recent:  o problema de rezolvat  o soluţii propuse şi adoptate  o planificare  o rezolvare  o dificultăţi întâmpinate  - încercaţi să obţineţi permanentizarea relaţiei cu firma vizitată  3. Mari agentii de PR  In grupe de cate 4 studenti, pregatiti o prezentare pe o coala A1 a unei agentii inter(multi)nationale de PR  Se vor puncta : istoric, evolutie, transformari de imagine si identitate, structura interna a agentiei, campanii de PR reprezentative  4. Studiaţi site-ul web sau materialele de prezentare ale unei organizaţii (de exemplu Universitatea de Vest) şi evidenţiaţi autodefinirea organizaţiei prin:  Declaraţia de principia  Declaraţia descriptivă  Declaraţia de identificare  Identificaţi obiectivele şi scopurile organizaţiei  Alegeţi-vă o organizaţie reală, studiaţi autodefinirea ei şi realizaţi o planificare de obiective, în calitate de consultant RP  5. Analiza campanie de imagine:  - etapele organizarii unui eveniment de brand (brand event) de catre departamentul de RP  - evaluarea unui eveniment (campanii, promotii, lansare, happening etc.)  6. (activitate de grup)  Bugetare şi planificare calendaristică pentru un plan de RP stabilit la seminarul anterior |  | |  | |  | |  | | Dezbateri, prezentare proiecte | | 14 ore (Studiu după ghid, Documentare suplimentară, Pregătire seminar, Tutorial, Evaluări pe parcurs, Examinare finală) | |

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

|  |
| --- |
|  |

1. **Evaluare**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Tip activitate | 10.1 Criterii de evaluare | 10.2 Metode de evaluare | 10.3 Pondere din nota finală |
| 10.4 Curs | ▪ Cunoaşterea detaliată a tipurilor de strategii de RP  ▪ Însuşirea corecta a problematicii tratate la curs;  ▪ Capacitatea de a propune strategii de comunicare de relatii publice; | Evaluare proba scrisa | 60% |
| 10.5 Seminar / laborator | Temele de seminar se vor redacta sub forma unor rapoarte sau baze de date, după caz |  | 20% |
|  | Media ponderată a notelor obţinute pe Prezenţă, Intervenţii la Seminar, Lucrare practică realizată, Referat/Traducere/Proiect etc;  Se vor organiza în mape speciale (câte una pentru fiecare seminar) sau prezentări pe coli A1 |  | 20% |
| 10.6 Standard minim de performanţă | | | |
| Elaboarea cel puțin a unui proiect pe o temă dată, în condiții prestabilite | | | |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Data completării  2.03.2018 | Semnătura titularului  Simona BADER | |  |
| Data avizării în departament | | Semnătura directorului departamentului | |