

FIȘA DISCIPLINEI¹

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Politehnică Timișoara
1.2 Facultatea ² / Departamentul ³	Științe ale Comunicării
1.3 Catedra	—
1.4 Domeniul de studii (denumire/cod ⁴)	Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii	Master
1.6 Programul de studii (denumire/cod)/Calificarea	Comunicare în afaceri

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Comunicare și relații publice în mediul de afaceri						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf. dr. Mariana Cernicova-Bucă						
2.3 Titularul activităților aplicative ⁵	Conf. dr. Mariana Cernicova-Bucă						
2.4 Anul de studiu ⁶	I	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	DCAV

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână	3 din care:	3.2 curs	1	3.3 seminar	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	42, din care:	3.5 curs	14	3.6 activități aplicative	28
3.7 Distribuția fondului de timp pentru activități individuale asociate disciplinei					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					33
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					30
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					34
Tutoriat					22
Examinări					4
Alte activități (vizionări de emisiuni economice, consultare experți în domeniu)					10
Total ore activități individuale					133
3.8 Total ore pe semestru ⁷	175				
3.9 Numărul de credite	7				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	
4.2 de competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	Sală mare; materiale suport: laptop, proiector, tablă
5.2 de desfășurare a activităților practice	Sală de seminar cu proiector și tablă

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale ⁸	<ul style="list-style-type: none"> • Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării aplicate în mediul de afaceri; • Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în vederea rezolvării eficiente și creative a unor situații din mediul de afaceri și sfera publică; • Planificarea și realizarea unor campanii de relații publice și comunicare specifice mediului de afaceri; • Relaționarea eficientă în cadrul mediului de afaceri în vederea rezolvării unor situații concrete din mediul de afaceri;
--------------------------------------	---

¹Formularul corespunde Fișei Disciplinei promovată prin OMECTS 5703/18.12.2011 (Anexa3).

²Se înscrie numele facultății care gestionează programul de studiu căruia îi aparține disciplina.

³Se înscrie numele departamentului căruia i-a fost încredințată susținerea disciplinei și de care aparține titularul cursului.

⁴Se înscrie codul prevăzut în HG nr. 493/17.07.2013.

⁵Prin activități aplicative se înțeleg activitățile de: seminar (S) / laborator (L) / proiect (P) / practică (Pr).

⁶Anul de studii la care este prevăzută disciplina în planul de învățământ.

⁷Se obține prin însumarea numărului de ore de la punctele 3.4 și 3.7.

⁸Aspectul competențelor profesionale și competențelor transversale va fi tratat cf. Metodologiei OMECTS 5703/18.12.2011. Se vor prelua competențele care sunt precizate în Registrul Național al Calificărilor din Învățământul Superior RNCIS (http://www.rncis.ro/portal/page?_pageid=117,70218&_dad=portal&_schema=PORTAL) pentru domeniul de studiu de la pct. 1.4 și programul de studii de la pct. 1.6 din această fișă, la care participă disciplina.

Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> • Rezolvarea în mod realist – cu argumentare atât teoretică, cât și practică – a unor situații de comunicare profesională în mediul de afaceri, în vederea soluționării eficiente, etice și deontologice a acestora; • Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipe multidisciplinare cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice, specifice sferei comunicării în mediul de afaceri;
-------------------------	---

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	- Cunoașterea elementelor unei comunicări eficiente în mediul socio-economic, cu scop de creare a imaginii unei companii sau a unor produse și servicii,
7.2 Obiectivele specifice	<p>Studentul trebuie:</p> <ul style="list-style-type: none"> - să diferențeze campaniile de relații publice de cele de marketing - să realizeze materiale de RP (comunicat de presă, plan de campanie, mesaj de presă, sumar buletin informativ) - să utilizeze creativ teoria, fiind capabil să scrie texte pornind de la temele propuse - să proiecteze, organizeze și evalueze un eveniment de relații publice

8. Conținuturi

8.1 Curs -	Număr de ore	Metode de predare
1.Introducere în relațiile publice contemporane	2	expunere, interacțiune directă cu studentul, exemplificări practice, analize comparative
2.Relatii publice în mediul de afaceri	2	
3.Imaginea organizației și valoarea de brand	2	
4.Construirea imaginii în parteneriat cu mass media	2	
5.Promovarea prin eveniment	2	
6.Organizarea de eveniment	2	
7. Protocol și ceremonial instituțional	2	
8.2 Activități aplicative ⁹	Număr de ore	Metode de predare
1. Practica relațiilor publice în România	2	simulare, studiu de caz, problematizare, brainstorming, metoda proiectelor
2. Standarde de excelență în RP	2	
3. Agenția de Relații publice și publicitate	2	
4. Comunicarea integrată: strategii, resurse	2	
5. Realizarea materialelor de RP	2	
6. Parteneriatul	2	
7. Relațiile B2B – studiu de caz	2	
8. CSR în România și în lume	2	
9. Organizarea de eveniment: studiu de caz	2	
10. Întâlnire cu experți în domeniul comunicării de afaceri	2	
11. Planificarea unui eveniment: joc de rol	2	
12. Analiza planului de eveniment	2	
13. Redactarea materialelor de promovare	2	
14. Prezentarea portofoliului de lucrări	2	
Bibliografie¹⁰		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Scott M. Cutlip, Allen H. Center, Glen M. Broom, Relații publice eficiente, Comunicare.ro, 2010 2. Bernard Dagenais, Campania de relații publice, Polirom, 2003 3. Cernicova, Mariana, Daniel Dejica, Dicționar de comunicare și relații publice, român-englez. 255 pag. Cluj: Casa Cărții de Știință, Timișoara: Orizonturi Universitare, 2014. 4. Anne Gregory, Relațiile publice în practică, Editura All Beck, 2005 5. Al Ries, Laura Ries, Căderea advertising-ului și ascensiunea PR-ului, Brandbuilders, 2005. 6. Stephan Schaefer-Mehdi, Organizarea evenimentelor, Editura All, 2008. 		

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

Comunitatea de afaceri din zona de Vest a României este în continuă dezvoltare și solicită specialiști versatili în domeniul comunicării, deținători de „soft skills”, capabili să desfășoare o varietate mare de activități de comunicare internă și externă, în scopul promovării firmei, susținerii imaginii de brand, sprijinirii campaniilor de marketing și realizării de proiecte de colaborare B2B și parteneriate public-privat.

⁹Tipurile de activități aplicative sunt cele precizate în nota de subsol 5. Dacă disciplina conține mai multe tipuri de activități aplicative atunci ele se trec consecutiv în liniile tabelului de mai jos. Tipul activității se va înscrie într-o linie distinctă sub forma: „Seminar:”, „Laborator:”, „Proiect:” și/sau „Practică:”.

¹⁰Cel puțin un titlu trebuie să aparțină colectivului disciplinei iar cel puțin 3 titluri trebuie să se refere la lucrări relevante pentru disciplină, de circulație națională și internațională, existente în biblioteca UPT.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs		Examen scris	50%
10.5 Activități aplicative		Portofoliu de lucrări	50%
10.6 Standard minim de performanță (volumul de cunoștințe minim necesar pentru promovarea disciplinei și modul în care se verifică stăpânirea lui)			
<p>Examen scris, 3 subiecte (2 teoretice și unul practic); nota 5 pentru cunoștințe minime de bază, nota 10 pentru tratarea corectă și creativă a tuturor subiectelor, incluzând informații din bibliografie și studiile de caz discutate.</p> <p>Standard minim de performanță pentru activitățile aplicative: realizarea în echipă a unui eveniment de promovare, pe o temă de complexitate medie din domeniu în baza unei documentări proprii, argumentând metodele, tehnicile, procedurile și instrumentele propuse a fi folosite, potrivit principalelor concepte și teorii. Prezentarea lucrărilor de seminar și a etapelor de realizare a evenimentului, cu justificarea rolului în echipă și a lecțiilor învățate.</p>			

Data completării

15.12.2016

**Director de departament
(semnătura)**

Conf. dr. Vasile Gherheș



**Titular de curs
(semnătura)**

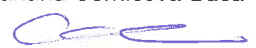
Conf. dr. Mariana Cernicova-Bucă



Data avizării în Consiliul Facultății¹¹
19.12.2016

**Titular activități aplicative
(semnătura)**

Conf. dr. Mariana Cernicova-Bucă



**Decan
(semnătura)**

Conf. dr. Daniel Dejica-Carțiș



¹¹Avizarea este precedată de discutarea punctului de vedere al board-ului de care aparține programul de studiu cu privire la fișa disciplinei.