

FIȘA DISCIPLINEI¹

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Politehnica din Timișoara
1.2 Facultatea ² / Departamentul ³	Științe ale Comunicării / Departamentul de Comunicare și Limbi Străine
1.3 Catedra	-
1.4 Domeniul de studii	Științe ale Comunicării
1.5 Ciclul de studii	Master
1.6 Programul de studii / Calificarea	Comunicare în afaceri

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Comunicare online în mediul de afaceri						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf. dr. Vasile Gherheș						
2.3 Titularul activităților de seminar	Conf. dr. Vasile Gherheș						
2.4 Anul de studiu	2	2.5 Semestrul	1	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	DS

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților 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 învățământ	56	din care:3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					44
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					40
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					44
Tutoriat					10
Examinări					6
Alte activități					
3.7 Total ore studiu individual	144				
3.8 Total ore pe semestru	56				
3.9 Numărul de credite	8				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Redactarea materialelor de RP, Utilizarea calculatoarelor, Elaborarea de produse de PR cu calculatorul
4.2 de competențe	Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC)

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	• Sală mare. Materiale suport: laptop, proiector, tablă.
5.2 de desfășurare a seminarului/laboratorului	• Sală mică sau medie, dotată cu rețea de calculatoare și acces la internet, tablă/flipchart

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale ⁴	<p>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;</p> <p>Planificarea și realizarea unor campanii de relații publice și comunicare specifice mediului de afaceri</p> <p>Relaționarea eficientă în cadrul mediului de afaceri în vederea rezolvării unor situații concrete din mediul de afaceri;</p>
--------------------------------------	---

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

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

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

⁴ Aspectul competențelor profesionale 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, programul de studii de la pct. 1.6 din această fișă și materia în cauză

Competențe transversale	<p>Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipe multidisciplinare cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice, specifice sferei comunicării în mediul de afaceri;</p> <p>Asumarea nevoii de formare continuă pentru a crea premisele de progres în carieră și adaptare a propriilor competențe profesionale și manageriale la dinamica mediului economic</p>
-------------------------	---

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> Înțelegerea principiilor comunicării aplicabile în mediul online și specificul acestui mediu, precum și modalitățile de a comunica eficient în cadrul acestuia.
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> Dobândirea abilităților de utilizare a noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC), inclusiv a new media în mediul de afaceri

8. Conținuturi

8.1 Curs	Nr. ore	Metode de predare
1. Comunicarea în era informațională	2h	Dezbaterea, expunerea, exemplificarea
2. Societatea informațională - teorii și paradigme -	4h	Prelegerea participativă, dezbaterea, expunerea, problematizarea
3. Diviziunea digitală Repere socio-demografice ale accesării internetului	2h	Prelegerea participativă, dezbaterea, expunerea, problematizarea
4. Dimensiuni ale comunicării mediate de computer	4h	Prelegerea participativă, dezbaterea, expunerea, problematizarea
5. Rețelele sociale și mediul de afaceri	4h	Prelegerea participativă, dezbaterea, expunerea
6. Tehnici de comunicare în blogosferă	4h	Prelegerea participativă, dezbaterea, expunerea, exemplificarea
7. Tehnici de interacțiune pe Twitter	4h	Prelegerea participativă, dezbaterea, expunerea, problematizarea
8. Comunicare și promovare prin intermediul Facebook	4h	Prelegerea participativă, dezbaterea, expunerea, problematizarea
Bibliografie		
<p>Bădău, M. , 2011, <i>Tehnici de comunicare în social media</i>, Iași, Editura Polirom.</p> <p>Cismaru, D.M, 2015, <i>Managementul reputatiei în mediul online</i>, București, Editura Tritonic</p> <p>Kotler, P. , Maesincee, S. , 2009, <i>Marketingul în era digitală</i>, București, Editura Meteor Press.</p> <p>Fitton L., Hussain A., Leaning B., 2015, <i>Twitter For Dummies</i>, Editura: John Wiley & Sons, Inc.</p> <p>Gherheș, V., <i>Comunicare mediată și comunități virtuale</i>, Editura Artpress, Timișoara, 2008</p> <p>O Bryan, L., 2015, <i>Social Media sunt dinamita!, Ghid practic pentru autori, Cum sa vinzi mai mult si sa te faci remarcat folosind cel mai modern mijloc de comunicare in masa!</i>, București, Editura Tritonic</p>		
8.2 Seminar / laborator	Nr. ore	Metode de predare
1. Noile media și omul digital. Spații reale, spații virtuale	2h	Prezentare, expunere, discuții și dezbateri + demonstrații multimedia.
2. „Etnografia” virtuală. Problematika cercetării noilor tehnologii media	2h	Prezentare, expunere, discuții și dezbateri + demonstrații multimedia.
3. Motoarele de căutare. Rolul și importanța lor în accesarea informațiilor	4h	Prezentare, expunere, discuții și dezbateri + demonstrații multimedia.
4. Analiza strategiilor de comunicare ale corporațiilor în mediul online	4h	Prezentare, expunere, discuții și dezbateri + demonstrații multimedia.
5. Realizarea unui blog de Relații Publice Online cu platforma Wordpress. Promovare. Monitorizarea audienței.	6h	Prezentare, expunere, discuții și dezbateri + demonstrații multimedia.
6. Rețelele sociale și influența lor asupra mediului de afaceri. Dezvoltarea, asistată de profesor a unui profil oficial de Facebook pentru o instituție, persoană sau inițiativă de orice fel. Selectarea grupului-țintă pentru afișarea reclamei, setarea bugetelor și a tipurilor de licitație, redactarea	6h	Prezentare, expunere, discuții și dezbateri + demonstrații multimedia.

textului pentru reclamă		
Rețelele sociale și influența lor asupra mediului de afaceri. Dezvoltarea, asistată de profesor a unui profil pe Twitter și LinkedIn.	4h	Prezentare, expunere, discuții și dezbateri + demonstrații multimedia
Bibliografie Bădău, M., 2011, <i>Tehnici de comunicare în social media</i> , Iași, Editura Polirom. Cismaru, D.M, 2015, <i>Managementul reputației în mediul online</i> , București, Editura Tritonic Kotler, P., Maesincee, S., 2009, <i>Marketingul în era digitală</i> , București, Editura Meteor Press. Fitton L., Hussain A., Leaning B., 2015, <i>Twitter For Dummies</i> , Editura: John Wiley & Sons, Inc. Gherheș, V., <i>Comunicare mediată și comunități virtuale</i> , Editura Artpress, Timișoara, 2008 O Bryan, L., 2015, <i>Social Media sunt dinamita!, Ghid practic pentru autori, Cum sa vinzi mai mult si sa te faci remarcat folosind cel mai modern mijloc de comunicare in masa!</i> , București, Editura Tritonic		

9. Corelarea conținutului disciplinei cu cerințele specialiștilor din domeniu și cu așteptările angajatorilor reprezentativi

Conținutul disciplinei este corelat cu alte programe similare din cadrul altor instituții de învățământ superior din țara și din străinătate. Pentru o mai bună adaptare la cerințele pieței muncii, conținutul disciplinei se concentrează pe abilități de organizare, comunicare, relaționare, planificare.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Cunoștințele din aria cursului predat	Examen scris	50 %
10.5 Seminar /laborator	Studiu de caz elaborat pe o temă aleasă din tematica cursului/seminarului.	Portofoliu (50%)	50 %
10.6 Standard minim de performanță (volumul de cunoștințe minim necesar pentru promovarea disciplinei și modul în care se verifică stăpânirea lui)			
Nota minimă pentru promovare este 5. Pentru obținerea notei de promovare la partea de curs, studenții trebuie să răspundă la fiecare subiect al probei scrise de minim nota 5. Nota 10 pentru tratarea corectă și creativă a tuturor subiectelor.			

Data completării

12/12/ 2016

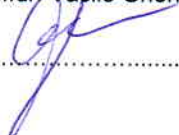
Director de departament
Semnătura

Conf.dr. Vasile Gherheș



Titular de curs
Semnătura


Conf.dr. Vasile Gherheș



Data avizării în Consiliul Facultății⁵
19.12.2016

Titular activități aplicative
Semnătura

Conf.dr. Vasile Gherheș



Decan
Semnătura

Conf. dr. Daniel Dejica Cartiș



⁵Avizarea este precedată de discutarea punctului de vedere al board-ului de care aparține programul de studiu cu privire la fișa disciplinei.