

## FIȘA DISCIPLINEI<sup>1</sup>

### 1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Politehnica Timișoara
1.2 Facultatea <sup>2</sup> / Departamentul <sup>3</sup>	Științe ale Comunicării / Departamentul de Pregătire a Personalului Didactic
1.3 Catedra	-
1.4 Domeniul de studii	Științe ale Comunicării
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii / Calificarea	Comunicare și Relații Publice

### 2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Campanii de relații publice						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf. dr. Dragomir Gabriel Mugurel						
2.3 Titularul activităților de seminar	Conf. dr. Dragomir Gabriel Mugurel						
2.4 Anul de studiu	3	2.5 Semestrul	1	2.6 Tipul de evaluare	D	2.7 Regimul disciplinei	DS

### 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/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	14	3.6 seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					15
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					5
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Tutoriat					7
Examinări					3
Alte activități					
3.7 Total ore studiu individual	50				
3.8 Total ore pe semestru	92				
3.9 Numărul de credite	5				

### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Metode de cercetare în relații publice</li> <li>• Comunicare cu presa</li> <li>• Noțiuni de publicitate</li> </ul>
4.2 de competențe	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nu este cazul</li> </ul>

### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sală mare. Materiale suport: laptop, proiector, tablă.</li> </ul>
5.2 de desfășurare a seminarului/laboratorului	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sală mică sau medie dotată cu calculatoare și acces la internet. Materiale suport: laptop, proiector, tablă / flipchart.</li> </ul>

### 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale <sup>4</sup>	<b>C2:</b> Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare – 10 ore seminar <b>C4:</b> Realizarea și promovarea unui produs de relații publice - 12 ore curs, 6 ore seminar
--------------------------------------	--

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

<sup>2</sup> Se înscrie numele facultății care gestionează programul de studiu căruia îi aparține disciplina;

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

<sup>4</sup> 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](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	<b>CT1:</b> Rezolvarea în mod realist - cu argumentare atât teoretică, cât și practică - a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora – 2 ore curs, 4 ore seminar <b>CT2:</b> Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice – 4 ore seminar
-------------------------	---

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Să dezvolte la studenți competențele și abilitățile necesare construirii și implementării unei campanii de relații publice destinat publicului țintă ales
7.2 Obiectivele specifice	

### 8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Obs.
1. Planificarea și coordonarea activităților de relații publice - 2h	Prelegerea, explicația, studiul de caz, problematizarea, hărți conceptuale	
2. Definirea problemei - 2h	Prelegerea, explicația, studiul de caz, problematizarea, hărți conceptuale	
3. Analiza situației - 2h	Prelegerea, explicația, studiul de caz, problematizarea, hărți conceptuale	
4. Stabilirea obiectivelor - 2h	Prelegerea, explicația, studiul de caz, problematizarea, hărți conceptuale	
5. Cunoașterea publicurilor și selectarea lor - 2h	Prelegerea, explicația, studiul de caz, problematizarea, hărți conceptuale	
6. Strategia și tactica campaniilor de relații publice - 2h	Prelegerea, explicația, studiul de caz, problematizarea, hărți conceptuale	
7. Cunoașterea rezultatelor: evaluarea și revizuirea - 2h	Prelegerea, explicația, studiul de caz, problematizarea, hărți conceptuale	
Bibliografie:		
1. Dagenais, B., <i>Campania de relații publice</i> , Editura Polirom, Iași, 2003.		
2. Gregory, A., <i>Planificarea și managementul campaniilor de relații publice</i> , Editura Polirom, Iași, 2009.		
3. Marconi, J., <i>Ghid practic de relații publice</i> , Editura Polirom, Iași, 2007.		
<b>8.2 Seminar/laborator</b>		
1. Exercițiul structurat – „Blazonul”. Identitate și imagine.	Explicația, studiul de caz, problematizarea, proiectul	
2. Alegerea companiei și analiza situației.	Explicația, studiul de caz, problematizarea, proiectul	
3. Stabilirea publicurilor companiei și alegerea publicului țintă	Explicația, studiul de caz, problematizarea, proiectul	
4. Stabilirea și formularea obiectivelor	Explicația, studiul de caz, problematizarea, proiectul	
5. Stabilirea axei de campanie	Explicația, studiul de caz, problematizarea, proiectul	
6. Alegerea strategiilor de campanie	Explicația, studiul de caz, problematizarea, proiectul	
7. Prezentarea publică a obiectivelor campaniei și strategiilor alese	Explicația, studiul de caz, problematizarea, proiectul	
8. Analiza și selecția celor mai eficiente tehnici de relații publice	Explicația, studiul de caz, problematizarea, proiectul	
9. Formularea mesajului campaniei	Explicația, studiul de caz, problematizarea, proiectul	
10. Planificarea calendaristică a activităților	Explicația, studiul de caz, problematizarea, proiectul	
11. Aplicație privind realizarea bugetului pentru campanie.	Explicația, studiul de caz, problematizarea, proiectul	
12. Elaborarea instrumentelor de măsurare a succesului	Explicația, studiul de caz, problematizarea, proiectul	
13. Prezentarea planurilor de campanie și evaluarea activităților de curs și seminar.	Explicația, studiul de caz, problematizarea, proiectul	

**Bibliografie:**

1. Dagenais, B., *Campania de relații publice*, Editura Polirom, Iași, 2003.
2. Gregory, A., *Planificarea și managementul campaniilor de relații publice*, Editura Polirom, Iași, 2009.
3. Marconi, J., *Ghid practic de relații publice*, Editura Polirom, Iași, 2007.

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

Absolvenții specializării Comunicare și Relații Publice vor trebui să fie capabili să gestioneze elaborarea, gestionarea și implementarea unei campanii de relații publice

**10. Evaluare**

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Cunostintele din aria cursului predat	Examen scris	50 %
10.5 Seminar /laborator	Prezența la seminar	Prezența cumulată la activitățile de seminar (10 %)	50 %
	Realizarea și prezentarea unei campanii de RP	Proiectul campaniei de relații publice (40%)	
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. Pentru finalizarea seminarului, studenții trebuie să aibă 50% prezență la activitățile de seminar, să obțină minim nota 5 la prezentarea proiectului de campanie de relații publice.			

Data completării

26/09/ 2016

Director de departament  
Semnătura

Conf.dr. Gabriel-Mugurel Dragomir

Titular de curs  
Semnătura

Conf. dr. Gabriel-Mugurel Dragomir

Data avizării în  
Consiliul Facultății

07.11.2016

Titular activități aplicative  
Semnătura

Conf.dr. Gabriel-Mugurel Dragomir

Decan  
Semnătura

Conf. dr. Daniel Dejica-Carțiș