

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 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 | Imaginea organizațiilor | | | | | | |
| 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 | E | 2.7 Regimul disciplinei | DS |

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților 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 învățământ | 28 | din care: 3.5 curs | 14 | 3.6 seminar/laborator | 14 |
| Distribuția fondului de timp | | | | | ore |
| Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe | | | | | 20 |
| Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren | | | | | 6 |
| Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri | | | | | 7 |
| Tutoriat | | | | | 4 |
| Examinări | | | | | 3 |
| Alte activități | | | | | |
| 3.7 Total ore studiu individual | 40 | | | | |
| 3.8 Total ore pe semestru | 68 | | | | |
| 3.9 Numărul de credite | 4 | | | | |

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

| | |
|-------------------|-----------------|
| 4.1 de curriculum | • Nu este cazul |
| 4.2 de competențe | • Nu este cazul |

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, tablă |

6. Competențe specifice acumulate

| | |
|--------------------------------------|--|
| Competențe profesionale ⁴ | C2: Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare – 4 ore seminar C3: Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în procesul de relații publice, 4 ore curs, 4 ore seminar C4: Realizarea și promovarea unui produs de relații publice – 10 ore curs |
|--------------------------------------|--|

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 | CT2: 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 | Cunoașterea modalităților prin care se gestionează imaginea unei instituții. |
| 7.2 Obiectivele specifice | Înțelegerea sistemului PR prin valențele procesului de comunicare implicat. Înțelegerea „relațiilor publice” ca modalitate de gestiune a imaginii unei organizații. |

8. Conținuturi

| 8.1 Curs | Metode de predare | Obs. |
|--|---|------|
| 1. Noțiuni de imagologie. Gestiunea imaginii organizațiilor prin activitatea de relații publice. – 2h | Prelegere susținută de prezentări PPT si/sau harti conceptuale, chestionarea didactica, explicația, studiul de caz, problematizarea | |
| 2. Imaginea și reputația organizațiilor . – 2h | Prelegere susținută de prezentări PPT si/sau harti conceptuale, chestionarea didactica, explicația, studiul de caz, problematizarea | |
| 3. Modelarea unei imagini. – 2h | Prelegere susținută de prezentări PPT si/sau harti conceptuale, chestionarea didactica, explicația, studiul de caz, problematizarea | |
| 4. Relațiile cu angajații : puterea din interior. – 2h | Prelegere susținută de prezentări PPT si/sau harti conceptuale, chestionarea didactica, explicația, studiul de caz, problematizarea | |
| 5. Evaluare a imaginii și reputației în mediul on-line. - 2h | Prelegere susținută de prezentări PPT si/sau harti conceptuale, chestionarea didactica, explicația, studiul de caz, problematizarea | |
| 6. Strategie de construire a imaginii și reputației în mediul on-line., -4h | Prelegere susținută de prezentări PPT si/sau harti conceptuale, chestionarea didactica, explicația, studiul de caz, problematizarea | |
| 7. Crize de imagine și reputație și specificul gestionării lor. | Prelegere susținută de prezentări PPT si/sau harti conceptuale, chestionarea didactica, explicația, studiul de caz, problematizarea | |
| Bibliografie: | | |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Cismaru, D.M., 2015, <i>Managementul reputației în mediul online</i>. București. Editura Tritonic. 2. Marconi, J., 2007, <i>Ghid practic de relații publice</i>. Iași, Editura Polirom. 3. Wolff, O., 2003, <i>Noul ghid de identitate, Cum se inițiază și se susține schimbarea prin managementul identității</i>. București. Editura comunicare.ro. | | |
| 8.2 Seminar/laborator | | |
| 1. Relațiile publice și activitățile conexe. De la branding la „LOVEMARK”. Ce este brandul? Branding România – perspective. PR sau advertising pentru imaginea României. | Referat. Studiul de caz. Problematizare. | |
| 2. Reprezentări sociale ale identității. Național vs. European în mentalul colectiv. Public și/sau privat în imaginea mediatică? | Referat. Studiul de caz. Problematizare. | |
| 3. Brandurile ca active ale acționarilor care trebuie gestionate. | Referat. Studiul de caz. Problematizare. | |
| 4. Contextul clienților pentru branduri. | Referat. Studiul de caz. Problematizare. | |
| 5. Regulile generale ale longevității unei mărci. | Referat. Studiul de caz. Problematizare. | |
| 6. Cum variază regulile longevității în funcție de etapa de viață a categoriei. | Referat. Studiul de caz. Problematizare. | |
| 7. Noi amenințări la adresa longevității unei mărci. | Referat. Studiul de caz. Problematizare. | |
| Bibliografie: | | |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Chiciudean, I., Halic, B.A., 2004, <i>Analiza imaginii organizațiilor</i>, București, Editura comunicare.ro. 2. Marconi, J., 2007, <i>Ghid practic de relații publice</i>, Iași, Editura Polirom. 3. Pringle, H., Field, P., 2011, <i>Strategii pentru brandingul de succes. Notorietatea și longevitatea unei mărci</i>, Iași, Editura Polirom. 4. Rogojinaru, A. (coordonator), 2006, <i>Relațiile publice și publicitatea: tendințe și provocări</i>, București, Editura Titonic. | | |

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 imaginea și notorietatea unei organizații ca și a imaginii produselor și serviciilor sale.

10. Evaluare

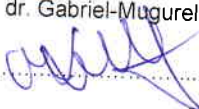
| Tip activitate | 10.1 Criterii de evaluare | 10.2 Metode de evaluare | 10.3 Pondere din nota finală |
|--|---------------------------------------|--|------------------------------|
| 10.4 Curs | Cunostintele din aria cursului predat | Examen scris | 66 % |
| 10.5 Seminar /laborator | Prezenta seminar | prezența la activitățile de seminar(10 %) | 34 % |
| | Realizare referat | Prezentare referat (24%): modul de prezentare și structurare a materialului; modul de a răspunde la întrebări; explicații. | |
| 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, studentii 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 referatului. | | | |

Data completării

28/09/ 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-Carțș

