

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 (40 30 10 60)
1.5 Ciclu de studii	Licență
1.6 Programul de studii / Calificarea	Comunicare și Relații Publice (40 30 10 60 20)

2. Date despre disciplină

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

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					0
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	- Metode de cercetare în relații publice - Comunicare cu presa - Noțiuni de publicitate
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 dotată cu calculatoare și acces la internet. Materiale suport: laptop, proiector, tablă / flipchart.

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale ⁴	C4: Realizarea și promovarea unui produs de relații publice
--------------------------------------	--

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
-------------------------	---

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.		
8.2 Seminar/laborator		
1. Exercițiul structurat – „Blazonul”. Identitate și imagine.	Explicația, studiul de caz, problematizarea, proiectul	
2. Prezentarea unor modele de companii și analizarea lor.	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. Strategiile de campanie: alegere, justificarea alegerii, implementare	Explicația, studiul de caz, problematizarea, proiectul	
7. Dezbateri asupra obiectivelor campaniei și strategiilor alese	Explicația, studiul de caz, problematizarea, proiectul	
8. Tehnici de relații publice : analiza și selecția în funcție de eficiență	Explicația, studiul de caz, problematizarea, proiectul	
9. Formularea mesajului campaniei	Explicația, studiul de caz, problematizarea, proiectul	
10. Planificarea calendaristică a activităților campaniei de RP	Explicația, studiul de caz, problematizarea, proiectul	
11. Întocmirea unui buget pentru campanie.	Explicația, studiul de caz, problematizarea, proiectul	
12. Elaborarea instrumentelor de măsurare a succesului unei campanii de RP	Explicația, studiul de caz, problematizarea, proiectul	
13. Prezentarea planurilor de campanie realizate de studenți	Explicația, studiul de caz, problematizarea, proiectul	

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.	
---	--

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

Absolvenți 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

Titular de curs
Semnătura

Titular activități aplicative
Semnătura

01/10/ 2014

Lect.dr. Gabriel-Mugurel Dragomir

Lect.dr. Gabriel-Mugurel Dragomir

Director de departament
Semnătura

Data avizării în
Consiliul Facultății

Decan
Semnătura

Lect.dr. Gabriel-Mugurel Dragomir

27.10.2014

Conf. dr. Cristina Mirela Pop