

FIȘA DISCIPLINEI¹

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Politehnica din Timisoara
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	Licenta
1.6 Programul de studii (denumire/cod)/Calificarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Comunicare corporativă						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf.dr.Crisanta-Alina Mazilescu						
2.3 Titularul activităților aplicative ⁵	Conf.dr.Crisanta-Alina Mazilescu						
2.4 Anul de studiu ⁶	III	2.5 Semestrul	1	2.6 Tipul de evaluare		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	2	3.3 seminar/laborator/ proiect/practică	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	, din care:	3.5 curs	28	3.6 activități aplicative	14
3.7 Distribuția fondului de timp pentru activități individuale asociate disciplinei						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						5
Tutoriat						3
Examinări						2
Alte activități						
Total ore activități individuale						30
3.8 Total ore pe semestru ⁷	72					
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

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

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

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

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

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none">• Sală mare, Materiale suport: laptop, video-proiector, tablă.
5.2 de desfășurare a activităților practice	<ul style="list-style-type: none">• Sală mica sau medie, Materiale suport: laptop, video-proiector, tablă

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale ⁸	<ul style="list-style-type: none">• C1. Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării• C3. Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în procesul de relații publice•
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none">•

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none">• Obiectivul general al cursului îl reprezintă dezvoltarea competențelor de comunicare corporativă și promovarea unei imagini favorabile a unei organizații, atât în mediul intern al organizației cât și în mediul extern al acesteia.
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none">• utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în corporații ;• utilizarea unor tehnici și indicatori relevanți pentru monitorizarea și evaluarea proceselor de comunicare în diverse situații corporative;• rezolvarea, cu argumentare teoretică și practică, a unor situații profesionale uzuale în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora

8. Conținuturi

8.1 Curs	Număr de ore	Metode de predare
Comunicarea corporativă	2	Prelegeri susținute de prezentări ppt și/sau harti conceptuale, chestionarea didactică, explicația, studiul de caz, problematizarea
Imagine, reputație și notorietate	2	
Comunicarea valorilor unei întreprinderi	2	
Comunicarea corporativă internă și externă	2	
Strategii de comunicare corporativă	2	
Planul de comunicare strategică în corporație	2	

⁸ Aspectul 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.

Tehnici si instrumente ale comunicarii corporative	2	
Comunicarea corporativa si relatiile publice	2	
Comunicarea in evenimentul corporativ	2	
Comunicarea de criza in corporatie	2	
Comunicarea financiara in corporatie	2	
Comunicarea de recrutare in corporatie	2	
Comunicarea sociala in corporatie	2	
Aspecte sintetice ale comunicarii corporative	2	
<p>Bibliografie⁹ Ciobanu, G., (2010). <i>Corporate Communication – note de curs</i>, (format electronic), Universitatea Politehnica Timisoara.</p> <p>Cornelissen, J. ,(2004). <i>Corporate Communication: A Guide to Theory and Practice</i>, London: Sage Publications</p> <p>Mazilescu, C.A. (2014). <i>Comunicare corporativa – note de curs (format electronic)</i></p>		
8.2 Activități aplicative¹⁰	Număr de ore	Metode de predare
		metode interactive de grup, metode de stimulare a creativității, metode de stimulare a gândirii critice, studiul de caz, jocul de rol
Studiu de caz – comunicare corporativa deficitara, dar remediata (exemplu de invatare din erori)	2	
Realizarea unui plan de comunicare corporativa – simulare pe o situatie data	2	
Comunicarea eficienta: Studii de caz, dezbateri, analize critice, concluzii	2	
Comunicare deficitara: Studii de caz, dezbateri, analize critice, concluziile	2	metode interactive de grup, metode de stimulare a creativității, metode de stimulare a gândirii critice, studiul de caz, jocul de rol
Comunicare de criza: Studii de caz, dezbateri, analize critice, concluziile	2	metode interactive de grup, metode de stimulare a creativității, metode de stimulare a gândirii critice, studiul de caz, jocul de rol
Responsabilitatea sociala corporativa – studii de caz	2	metode interactive de grup, metode de stimulare a creativității, metode de stimulare a gândirii critice, studiul de caz, jocul de rol
Cel mai bun studiu de caz prezentat in grup – evaluare, justificarea evaluarii si notare	2	metode interactive de grup, metode de stimulare a creativității, metode de

⁹ Cel 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 Tipurile 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:”.

		stimulare a gândirii critice, studiul de caz, jocul de rol
Bibliografie ¹¹ Cornelissen, J. (2004). <i>Corporate Communication: A Guide to Theory and Practice</i> , London: Sage Publications Lynch, R. (2002) <i>Strategia corporativă</i> , Chisinau :Ed.Arc		

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

•

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- realizarea și prezentarea proiectelor de grup	Evaluare 1 : Analiza documentelor proiectului de grup -	30%
	-cunostintele din aria cursului	Evaluare 2 – chestionar cu alegere multipla	30%
10.5 Activități aplicative	S: -implicare in activitatile de seminar	Prezentarea publica a proiectelor de grup	20%
		Analiza critica si solutiile oferite cazurilor prezentate la seminar	20%
	L:		
	P:		
	Pr:		
10.6 Standard minim de performanță (volumul de cunoștințe minim necesar pentru promovarea disciplinei și modul în care se verifică stăpânirea lui)			
<ul style="list-style-type: none"> Nota minimă pentru promovare este 5, atat pentru curs cat si pentru seminar. Pentru obținerea notei de promovare la partea de curs, studentii trebuie sa realizeze corect 45% din itemii testului de cunoștințe si să obțină minim nota 5 la studiul de caz realizat in grup. Pentru seminar, studenții trebuie să obțină minim nota 5 la prezentarea publica a studiului de caz si sa participe activ la activitatile de seminar 			

Data completării

01.10.2014

Titular de curs

(semnătura)

.....

Titular activități aplicative

(semnătura)

.....

¹¹ Cel puțin un titlu trebuie să aparțină colectivului disciplinei.

Director de departament
(semnătura)

Data avizării în Consiliul Facultății¹²

Decan
(semnătura)

27.10.2014

.....

.....

¹² Avizarea este precedată de discutarea punctului de vedere al board-ului de care aparține programul de studiu cu privire la fișa disciplinei.