

FIȘA DISCIPLINEI ¹

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Politehnica Timișoara
1.2 Facultatea ² / Departamentul ³	Științe ale Comunicării / Comunicare și Limbi Străine
1.3 Catedra	—
1.4 Domeniul de studii (denumire/cod ⁴)	Științe ale comunicării / 10 30 10
1.5 Ciclul de studii	Master
1.6 Programul de studii (denumire/cod/calificarea)	Comunicare în afaceri

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei/Categoria formativă ⁵	Comunicare și relații publice în mediul de afaceri		
2.2 Titularul activităților de curs	Conf. dr. Mariana Cernicova-Bucă		
2.3 Titularul activităților aplicative ⁶	Conf. dr. Mariana Cernicova-Bucă		
2.4 Anul de studiu ⁷	I	2.5 Semestrul	I
2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Tipul disciplinei ⁸	DCAV

3. Timp total estimat - ore pe semestru (activități directe (asistate integral), activități asistate parțial și activități neasistate⁹)

3.1 Număr de ore asistate integral/săptămână	[3], din care:	3.2 ore curs	[1]	3.3 ore seminar/laborator/proiect	[2]
3.1* Număr total de ore asistate integral/sem.	[42], din care:	3.2* ore curs	[14]	3.3* ore seminar/laborator/proiect	[28]
3.4 Număr de ore asistate parțial/săptămână	[], din care:	3.5 ore proiect, cercetare	[]	3.6 ore practică	[]
3.4* Număr total de ore asistate parțial/semestru	[], din care:	3.5* ore proiect cercetare	[]	3.6* ore practică	[]
3.8 Număr de ore activități neasistate/săptămână	[7,71], din care:	ore documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren			[2,5]
		ore studiu individual după manual, suport de curs, bibliografie și notițe			[2,5]
		ore pregătire seminarii/laboratoare, elaborare teme de casă și referate, portofolii și eseuri			[2,7]
3.8* Număr total de ore activități neasistate/semestru	[108], din care:	ore documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren			[35]
		ore studiu individual după manual, suport de curs, bibliografie și notițe			[35]
		ore pregătire seminarii/laboratoare, elaborare teme de casă și referate, portofolii și eseuri			[38]
3.9 Total ore/săptămână ¹⁰	10,71				
3.9* Total ore/semestru	150				
3.10 Număr de credite	6				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	• Nu este cazul
4.2 de competențe	• Utilizarea calculatorului în activități de comunicare și transmitere a textului și imaginii, precum și în activități de realizare de materiale publicitare

¹ Formularul corespunde Fișei Disciplinei promovată prin OMECTS 5703/18.12.2011 (Anexa3), actualizată pe baza Standardelor specifice ARACIS valabile începând cu data de 1 iunie 2018.

² Se înscrie numele facultății care gestionează programul de studii 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. 376/18.05.2016 sau în HG similare actualizate anual.

⁵ Categoriile formative ale disciplinelor (ARACIS – Standarde specifice, pct. 4.1.2 a) sunt: discipline fundamentale, de domeniu, de specialitate.

⁶ Prin activități aplicative se înțeleg activitățile de: seminar (S) / laborator (L) / proiect (P) / practică (Pr).

⁷ Anul de studii la care este prevăzută disciplina în planul de învățământ.

⁸ Tipurile de disciplină (ARACIS – Standarde specifice, pct. 4.1.2 a) sunt: disciplină de aprofundare / disciplină de cunoaștere avansată și disciplină de sinteză (DA / DCAV și DS).

⁹ În cadrul UPT, numărul de ore de la rubricile 3.1*, 3.2*, ..., 3.9* se obțin prin înmulțirea cu 14 (săptămâni) a numărului de ore din rubricile 3.1, 3.2, ..., 3.9.

¹⁰ Numărul de ore total/săptămână se obține prin însumarea numărului de ore de la punctele 3.1, 3.4 și 3.8.

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	• Sală de curs, calculator/laptop, proiector, tablă, conexiune Internet
5.2 de desfășurare a activităților practice	• Sală de seminar, calculator /laptop, proiector, tablă, conexiune Internet

6. Competențe la formarea cărora contribuie disciplina

Competențe specifice	<ul style="list-style-type: none"> • Cunoașterea și aplicarea corectă și adecvată a noțiunilor teoretice, conceptuale și a practicilor fundamentale pentru analiza și producerea campaniilor de RP în mediul de afaceri • Construirea și utilizarea unui instrumentar analitic profesional pentru definirea, producerea și evaluarea în mod corect și adecvat a evenimentelor și produselor de comunicare din domeniul relațiilor în lumea afacerilor • Utilizarea rețelelor informaționale și a sistemelor de colectare, interpretare, gestionare a datelor în vederea soluționării problemelor și aplicării creative, în conformitate cu un caiet de sarcini pentru realizarea unei campanii eficiente de RP • Evaluarea eficienței strategiilor de comunicare (auditul de comunicare)
Competențele profesionale în care se înscriu competențele specifice	<ul style="list-style-type: none"> • Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării aplicate în mediul de afaceri; • 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; • Planificarea și realizarea unor campanii de relații publice și comunicare specifice mediului de afaceri; • Relaționarea eficientă în cadrul mediului de afaceri în vederea rezolvării unor situații concrete din mediul de afaceri;
Competențele transversale în care se înscriu competențele specifice	<ul style="list-style-type: none"> • Rezolvarea în mod realist – cu argumentare atât teoretică, cât și practică – a unor situații de comunicare profesională în mediul de afaceri, în vederea soluționării eficiente, etice și deontologice a acestora; • Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipe multidisciplinare cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice, specifice sferei comunicării în mediul de afaceri.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	• Aprofundarea cunoștințelor teoretice (concepțe, teorii, paradigme) din domeniul promovării și al publicității, cu aplicabilitate în mediul socio-economic, cu scop de creare a imaginii unei companii sau a unor produse și servicii,
7.2 Obiectivele specifice	<p>Studentul trebuie:</p> <ul style="list-style-type: none"> - să diferențieze campaniile de relații publice de cele de marketing - să realizeze materiale de RP (comunicat de presă, plan de campanie, mesaj de presă, sumar buletin informativ) - să utilizeze creativ teoria, fiind capabil să scrie texte pornind de la temele propuse - să proiecteze, organizeze și evalueze un eveniment de relații publice

8. Conținuturi

8.1 Curs	Număr de ore	Metode de predare
1.Introducere în relațiile publice contemporane	2	[prelegere, brainstorming, discuții interactive, studiu de caz]
2.Relatii publice în mediul de afaceri	2	
3.Imaginea organizației și valoarea de brand	2	
4.Construirea imaginii în parteneriat cu mass media	2	
5.Promovarea prin eveniment	2	
6.Organizarea de eveniment	2	
7. Protocol și ceremonial instituțional	2	

Bibliografie¹¹

Baudrillard, Jean, *Societatea de consum. Mituri și structuri*, Comunicare.ro, București, 2008.
Borțun, Dumitru, *Relațiile publice și noua societate*, Tritonic, București, 2012
Cmeciu, Camelia, *Tendențe actuale în campaniile de relații publice*, Polirom, București, 2013.
Cutlip, Scott M.; Center, Allen H.; Broom, Glen M., *Relații publice eficiente*, Comunicare.ro, 2010
Cernicova, Mariana, Daniel Dejița, *Dicționar de comunicare și relații publice, român-englez*. 255 pag. Cluj: Casa Cărții de Știință, Timișoara: Orizonturi Universitare, 2014.

Deiss, Ryan; Henneberry, Russ, *Digital marketing for dummies*, Wiley, Hoboken, 2016.
Pânzaru, Florina, *Business storytelling: branduri și povești*, Tritonic, București, 2015.
Scott, David Meerman, *Noile reguli de marketing și PR - Cum să ajungi direct la clienți prin rețelele de socializare, bloguri, comunicate de presă, site-uri video și marketing viral*, Publica, București, 2010
Zbughea, Alexandra, Pânzaru, Florina, Galalae, Cristina, *Ghid esențial de promovare*, Tritonic, București, 2009.
www.prwave.ro, <http://arrrp.eu/>, www.ecrea.eu

8.2 Activități aplicative ¹²	Număr de ore	Metode de predare
Practica relațiilor publice în România	2	Muncă în echipă, analiză, dezbateri, brainstorming Joc de rol
Standarde de excelență în RP	2	
Agenția de Relații publice și publicitate	2	
Comunicarea integrată: strategii, resurse	2	
Realizarea materialelor de RP	2	Joc de rol, brainstorming, dezbateri
Parteneriatul	2	Joc de rol, analiză, brainstorming, dezbateri, muncă în echipă/grup
Relațiile B2B – studiu de caz	2	Muncă în echipă/grup, analiză, brainstorming, dezbateri
CSR în România și în lume	2	
Organizarea de eveniment: studiu de caz	2	
Întâlnire cu experți în domeniul comunicării de afaceri	2	
Planificarea unui eveniment: joc de rol	2	
Analiza planului de eveniment	2	
Redactarea materialelor de promovare	2	
Prezentarea și susținerea portofoliului de lucrări	2	

Bibliografie¹³

Bibliografie¹⁴

Deiss, Ryan; Henneberry, Russ, *Digital marketing for dummies*, Wiley, Hoboken, 2016.
Moraru, Mădălina, *Poveștile publicitare. De la inspirație la strategie*, Tritonic, București, 2015.
Șimon, Simona, *The Persuasive Function of Written Advertisements*. Casa Cărții de Știință & Ed. Orizonturi Universitare, Cluj-Napoca & Timișoara. 2014.

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

- Comunitatea de afaceri din zona de Vest a României este în continuă dezvoltare și solicită specialiști versatili în domeniul comunicării, deținători de „soft skills”, capabili să desfășoare o varietate mare de activități de comunicare internă și externă, în scopul promovării firmei, susținerii imaginii de brand, sprijinirii campaniilor de marketing și realizării de proiecte de colaborare B2B și parteneriate public-privat.

10. Evaluare

¹¹ Cel puțin un titlu trebuie să aparțină colectivului disciplinei. De asemenea, cel puțin un titlu trebuie să se refere la o lucrare de referință pentru disciplină, lucrare de circulație națională și internațională, existentă în biblioteca UPT.

¹² Tipurile de activități aplicative sunt cele precizate în nota de subsol 6. 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:”.

¹³ Cel puțin un titlu trebuie să aparțină colectivului disciplinei.

¹⁴ Cel puțin un titlu trebuie să aparțină colectivului disciplinei.

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare ¹⁵	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Demonstrarea cunoștințelor teoretice și practice în domeniul publicității online	Examen scris, 3 subiecte, 2 teoretice și unul aplicativ	50%
10.5 Activități aplicative	S:	Standard minim de performanță pentru activitățile aplicative: realizarea în echipă a unui eveniment de promovare, pe o temă de complexitate medie din domeniu în baza unei documentări proprii, argumentând metodele, tehnicile, procedurile și instrumentele propuse a fi folosite, potrivit principalelor concepte și teorii. Prezentarea lucrărilor de seminar și a etapelor de realizare a evenimentului, cu justificarea rolului în echipă și a lecțiilor învățate.	50%
	L:		
	P:		
	Pr:		
	Tc-R¹⁶:		
10.6 Standard minim de performanță (volumul de cunoștințe minim necesar pentru promovarea disciplinei și modul în care se verifică stăpânirea lui) ¹⁷			
Examen scris, 3 subiecte (2 teoretice și unul practic); nota 5 pentru cunoștințe minime de bază, nota 10 pentru tratarea corectă și creativă a tuturor subiectelor, incluzând informații din bibliografie și studiile de caz discutate.			
Standard minim de performanță pentru activitățile aplicative: realizarea în echipă a unui eveniment de promovare, pe o temă de complexitate medie din domeniu în baza unei documentări proprii, argumentând metodele, tehnicile, procedurile și instrumentele propuse a fi folosite, potrivit principalelor concepte și teorii. Prezentarea lucrărilor de seminar și a etapelor de realizare a evenimentului, cu justificarea rolului în echipă și a lecțiilor învățate.			

Data completării

20.09.2019

**Titular de curs
(semnătura)**

Conf. dr. Mariana Cernicova-Bucă

**Titular activități aplicative
(semnătura)**

Conf. dr. Mariana Cernicova-Bucă

**Director de departament
(semnătura)**

Conf. dr. Vasile GHERHEȘ

Data avizării în Consiliul Facultății¹⁸

05.11.2019

**Decan
(semnătura)**

Prof. dr. Daniel DEJICA-CARȚIȘ

¹⁵ Fișele disciplinelor trebuie să conțină procedura de evaluare a disciplinei cu precizarea criteriilor, a metodelor și a formelor de evaluare, precum și cu precizarea ponderilor atribuite acestora în nota finală. Criteriile de evaluare trebuie să corespundă tuturor activităților prevăzute în planul de învățământ (curs, seminar, laborator, proiect), precum și formelor de verificare pe parcurs (teme de casă, referate ș.a.)

¹⁶ Tc-R=teme de casă - Referate

¹⁷ Pentru acest punct se recomandă consultarea "Ghidului de completare a Fișei disciplinei" de la adresa: http://univaqora.ro/m/filer_public/2012/10/21/ghid_de_completare_fisa_disciplinei.pdf

¹⁸ Avizarea Fișei disciplinei a fost precedată de discutarea punctului de vedere al board-ului de care aparține programul de studii.