

FIȘA DISCIPLINEI¹

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Politehnica Timișoara
1.2 Facultatea ² / Departamentul ³	Științe ale Comunicării
1.3 Catedra	—
1.4 Domeniul de studii (denumire/cod ⁴)	Științele ale Comunicării/ 60
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii (denumire/cod)/Calificarea	Comunicare si relatii publice/20

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Campanii electorale						
2.2 Titularul activităților de curs	Lect. dr. Sorin Suci						
2.3 Titularul activităților aplicative ⁵	Lect. dr. Sorin Suci						
2.4 Anul de studiu ⁶	3	2.5 Semestrul	1	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	S

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână	4 din care:	3.2 curs	2	3.3 seminar	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	28 din care:	3.5 curs	14	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					10
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					8
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					7
Tutoriat					3
Examinări					2
Alte activități (vizionări de emisiuni economice, consultare experți în domeniu)					0
Total ore activități individuale					30
3.8 Total ore pe semestru ⁷	58				
3.9 Numărul de credite	5				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	1. Logică, clasa a IX-a; 2. Psihologie, clasa a IX-a; Economie, clasa a XI-a; 3. Științe politice, anul II
4.2 de competențe	Capacitate de analiză și sinteză, gândire critică, raționament logic

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	Sală mare; materiale suport: laptop, proiector, tablă
5.2 de desfășurare a activităților practice	Sală de seminar cu proiector și tablă

6. Competențe specifice acumulate

¹Formularul corespunde Fișei Disciplinei promovată prin OMECTS 5703/18.12.2011 (Anexa3).

²Se înscrie numele facultății care gestionează programul de studiu căruia îi aparține disciplina.

³Se înscrie numele departamentului căruia i-a fost încredințată susținerea disciplinei și de care aparține titularul cursului.

⁴Se înscrie codul prevăzut în HG nr. 493/17.07.2013.

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

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

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

Competențe profesionale ⁸	<ul style="list-style-type: none"> • Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării • Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC) • Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în procesul de relații publice • Realizarea și promovarea unui produs de relații publice • Asistență de specialitate în gestionarea comunicării de criză și/sau în medierea conflictelor de comunicare
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> • Rezolvarea în mod realist - cu argumentare atât teoretică, cât și practică - a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora • Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice • Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Dobândirea conceptelor și cunoștințelor fundamentale legate de campaniile electorale
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> • Familiarizarea studenților cu tehnicile și strategiile campaniilor electorale • Dezvoltarea abilităților și deprinderilor necesare pentru realizarea unei campanii electorale • Realizarea și promovarea unui produs de PR politic și a unei campanii electorale

8. Conținuturi

8.1 Curs	Număr de ore	Metode de predare
1. Identitatea și imaginea organizației politice	2	Prelegere, prezentări PPT, conversații, explicații, exemplificări
2. Candidatul la cursa electorală	2	
3. Echipa de campanie	2	
4. Sondarea opiniei publice	2	
5. Discursul electoral. Sloganul	2	
6. Comunicarea non-verbală	2	
7. Evaluarea campaniilor electorale	2	
8.2 Activități aplicative⁹	Număr de ore	Metode de predare
1. Organizarea campaniei electorale	2	Prezentări de proiecte, expuneri de argumente, discuții, întrebări
2. Tehnici de campanie electorală	2	
3. Rolul spin-doctorilor	2	
4. Manipulare și persuadare	2	
5. Dezinformare și intoxicare	2	
6. Etica în relațiile publice politice	2	
7. Reprezentarea discursivă și iconica a candidatului	2	
Bibliografie curs ¹⁰ 1. Beciu, Camelia, <i>Comunicare politica</i> , Comunicare.ro, Bucuresti, 2002		
2. Dagenais, Bernard, <i>Campania de relații publice</i> , Iași, Editura Polirom, 2003		
3. Gerstle, Jacques, <i>Comunicarea politică</i> , Institutul European, Iași, 2002		
4. Ghilezan, Marius, <i>Manual de campanii electorale cu elemente de New Media</i> , Editura Brumar, Timisoara, 2012		

⁸Aspectul 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.

⁹Tipurile 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:”.

¹⁰Cel 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.

5. Stanciugelu, S., *Logica manipulării*, Editura C.H. Beck, 2010

Bibliografie seminar 1. Ghilezan, M., *Cum să reușești în politică, Manual de campanie electorală*, Polirom, Iași, 2000

2. Marconi, Joe, *Ghid practic de relatii publice*, Polirom, Iasi, 2007

3. Teodorescu, Bogdan, *Marketing politic si electoral*, SNSPA, Bucuresti, 2006

4. Thoveron, Gabriel, *Comunicarea politica azi*, Antet, Col. „Științe Politice”, Bucuresti, 1996

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

- Cunoștințele legate de campaniile electorale sunt importante pentru integrarea pe o piață a muncii specifică, ele facilitează rezolvarea optimă, eficientă a problemelor pe care specialistul în relații publice politice trebuie să le rezolve;
- Angajatorii din domeniul aferent solicită cunoașterea unor elemente cu specific politic care conferă abilități de comprehensiune, comunicare, relaționare, integrare în medii culturale diverse

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Utilizarea conceptelor și cunoștințelor specifice în diferite contexte	Test grilă	50%
10.5 Activități aplicative	S: Analiza și interpretarea unui text de complexitate medie. Aplicarea cunoștințelor la situațiile politice actuale	Proiect individual	17%
	Participare la dezbateri		17%
	Prezenta		16%
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">• Capacitatea de a vehicula cel puțin 5 concepte fundamentale• Realizarea unei interpretări• Demonstrarea abilităților de gândire critică în cel puțin două ocazii			

Data completării

24.09.2020

Titular de curs
(semnătura)

-

Titular activități aplicative
(semnătura)

Director de departament
(semnătura)

Data avizării în Consiliul
Facultății¹¹

Decan
(semnătura)

¹¹Avizarea este precedată de discutarea punctului de vedere al board-ului de care aparține programul de studiu cu privire la fișa disciplinei.