

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 / Comunicare și Limbi străine
1.3 Catedra	—
1.4 Domeniul de studii (denumire/cod ⁴)	Științe ale comunicării (40 30 10 60)
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii (denumire/cod)/Calificarea	Comunicare și relații publice (40 30 10 60 20)

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Relații publice în social-media						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf. dr Vasile Gherheș						
2.3 Titularul activităților aplicative ⁵	Conf. dr Vasile Gherheș						
2.4 Anul de studiu ⁶	III	2.5 Semestrul	2	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	3 , din care:	3.2 curs	1	3.3 seminar/laborator/ proiect/practică	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	42, din care:	3.5 curs	21	3.6 activități aplicative	21
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					10
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					10
Tutoriat					3
Examinări					2
Alte activități					0
Total ore activități individuale					40
3.8 Total ore pe semestru ⁷					82
3.9 Numărul de credite					5

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.

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Utilizarea calculatoarelor; Comunicarea cu presa, Redactarea materialelor de RP
4.2 de competențe	<ul style="list-style-type: none">Cunoștințe de bază în utilizarea PC-ului

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none">Sală mare; materiale suport: laptop, proiector, tablă
5.2 de desfășurare a activităților practice	<ul style="list-style-type: none">Sală de seminar cu calculatoare, proiector și tablă, acces internet

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale ⁸	C2: Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC) C4: Realizarea și promovarea unui produs de relații publice
Competențe transversale	CT3. 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 unor cunoștințe complexe despre PR în social-media
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none">Identificarea conceptelor și metodelor adecvate dezvoltării unui produs de RP in mediul online;Utilizarea unor cadre metodologice adecvate realizării unui produs de RP;

8. Conținuturi

8.1 Curs	Număr de ore	Metode de predare
1. Social media. Evoluție. Caracteristici.	3	Prelegere, prezentări PPT, conversații, explicații, exemplificări
2. Canale de comunicare în relațiile publice online.	3	
3. Analiza audienței și a traficului în e-PR	3	
4. Rețele sociale și comunități online (Facebook, Twitter, Pinterest, LinkedIn, etc)	3	
5. Campanii social media	3	
6. Crearea și administrarea unei campanii de Facebook	3	
7. Monitorizarea și managementul reputației online.	3	

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.

Bibliografie⁹

1. Aronson, Merry, Spetner, Don, Ames, Carol, *Ghidul redactării în relații publice. Era digitală*, Editura AMSTA Publishing, București, 2008
2. Bădău, Horia Mihai – *Tehnici de comunicare în social media*, Editura Polirom, Iași, 2011
3. Brăduț Ulmanu, Alexandru – *Cartea fețelor – Revoluția facebook în spațiul social*, Editura Humanitas, București, 2011
4. Cismaru, Diana-Maria - *Managementul reputatiei in mediul online*, Tritonic, București, 2015
5. Cismaru, Diana-Maria - *Social media si managementul reputatiei*, Tritonic, București, 2012
6. Coman, Cristina – *Relații publice: Principii și strategii*, Editura Polirom, Iași, 2001
7. Gherheș, Vasile - *Comunicare mediată și comunități virtuale*, Artpress, Timișoara, 2008
8. Kotler, Philip, Maesincee Suvit - *Marketingul in era digitala*, Meteor Press, 2009
9. Mallender, Ariane, *Cum să scrii pentru multimedia. Tehnici de scriere interactivă. Rezumatul. Derularea. Scenariul*, Editura Polirom, Iași, 2008
10. Vegheș Ruff, Iulian, Grigore, Bogdan, *Relațiile publice și publicitatea online*, Polirom, Iași, 2003

8.2 Activități aplicative ¹⁰	Număr de ore	Metode de predare
1 Analiza site-urilor organizațiilor ca instrumente de e-PR	3	Prezentări de proiecte, dezbateri, expuneri de argumente, discuții, întrebări, exerciții
2. Analiza strategiilor de comunicare ale profesioniștilor în e-PR	3	
3.1 Monitorizarea audienței. zelist.ro; Trafic.ro,	3	
3.2 Monitorizarea audienței. facebrands.ro	3	
4. 1.Utilizarea platformei Wordpress	3	
4.2 Realizarea unui blog de Relații Publice Online cu platforma Wordpress	3	
4.3 Realizarea unui blog de Relații Publice Online cu platforma Wordpress. Promovare. Monitorizarea audienței.	3	

Bibliografie¹¹

1. Aronson, Merry, Spetner, Don, Ames, Carol, *Ghidul redactării în relații publice. Era digitală*, Editura AMSTA Publishing, București, 2008
2. Bădău, Horia Mihai – *Tehnici de comunicare în social media*, Editura Polirom, Iași, 2011
3. Brăduț Ulmanu, Alexandru – *Cartea fețelor – Revoluția facebook în spațiul social*, Editura Humanitas, București, 2011
4. Cismaru, Diana-Maria - *Managementul reputatiei in mediul online*, Tritonic, București, 2015
5. Cismaru, Diana-Maria - *Social media si managementul reputatiei*, Tritonic, București, 2012
6. Coman, Cristina – *Relații publice: Principii și strategii*, Editura Polirom, Iași, 2001
7. Gherheș, Vasile - *Comunicare mediată și comunități virtuale*, Artpress, Timișoara, 2008
8. Kotler, Philip, Maesincee Suvit - *Marketingul in era digitala*, Meteor Press, 2009
9. Mallender, Ariane, *Cum să scrii pentru multimedia. Tehnici de scriere interactivă. Rezumatul. Derularea. Scenariul*, Editura Polirom, Iași, 2008
10. Vegheș Ruff, Iulian, Grigore, Bogdan, *Relațiile publice și publicitatea online*, Polirom, Iași, 2003

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:”.

¹¹ Cel puțin un titlu trebuie să aparțină colectivului disciplinei.

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

- Cunoștințele referitoare la comunicarea interculturală sunt importante pentru integrarea pe o piață a muncii specifică, ele facilitează rezolvarea optimă, eficientă a problemelor pe care specialistul în relații publice trebuie să le rezolve în contextual actual al globalizării
- Conținutul disciplinei este corelat cu alte programe similare din cadrul altor instituții de învățământ superior din țară și din străinătate. Pentru o mai bună adaptare la cerințele pieței muncii, conținutul disciplinei se concentrează pe abilități de organizare, comunicare, relaționare, planificare.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Cunoașterea terminologiei specifice domeniului Corectitudinea și completitudinea cunoștințelor	Examen	50%
10.5 Activități aplicative			
	L Capacitatea de a opera cu cunoștințele asimilate	Expunere/exercitii	50%
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"> • Cunoașterea noțiunilor teoretice fundamentale • simularea prezentării unui produs RP. a organizării și promovării unei campanii de RP 			

Data completării

01.10.2016

Director de departament

(semnătura)


Conf. dr Vasile Gherheș



Titular de curs

(semnătura)

Conf. dr Vasile Gherheș



Data avizării în Consiliul Facultății¹²

07.11.2016

Titular activități aplicative

(semnătura)

Conf. dr Vasile Gherheș



Decan

(semnătura)

Conf. dr. Daniel Dejica-Carțiș

