

# FIȘA DISCIPLINEI

## 1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Politehnica Timișoara
1.2 Facultatea <sup>1</sup> / Departamentul <sup>2</sup>	Științe ale Comunicării / Comunicare și Limbi Străine
1.3 Domeniul de studii (denumire/cod <sup>3</sup> )	Științe ale Comunicării [ 40 30 10
1.4 Ciclul de studii	Master
1.5 Programul de studii (denumire/cod/calificarea)	Comunicare strategică și advocacy în societatea digitală 40 30 10 482/ Master]

## 2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei/Categoria formativă <sup>4</sup>	Strategii și tehnici de e-comunicare						
2.2 Titularul activităților de curs	Prof. univ. dr. Vasile GHERHEȘ						
2.3 Titularul activităților aplicative <sup>5</sup>	Prof. univ. dr. Vasile GHERHEȘ						
2.4 Anul de studiu <sup>6</sup>	I	2.5 Semestrul	2	2.6 Tipul de evaluare	D	2.7 Regimul disciplinei <sup>7</sup>	DCAV

## 3. Timp total estimat - ore pe semestru (activități directe (asistate integral), activități asistate parțial și activități neasistate<sup>8</sup>)

3.1 Număr de ore asistate integral/săptămână	2 , din care:	ore curs	1	ore seminar/laborator/proiect	1
3.1* Număr total de ore asistate integral/sem.	28 , din care:	ore curs	14	ore seminar/laborator/proiect	14
3.2 Număr total de ore desfășurate on-line asistate integral/sem.	, din care:	ore curs		ore seminar/laborator/proiect	
3.3 Număr de ore asistate parțial/săptămână	, din care:	ore proiect, cercetare		ore practică	ore elaborare lucrare de disertație
3.3* Număr total de ore asistate parțial/semestru	, din care:	ore proiect cercetare		ore practică	ore elaborare lucrare de disertație
3.4 Număr de ore activități neasistate/săptămână	5 , din care:	ore documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren			
		ore studiu individual după manual, suport de curs, bibliografie și notițe			1
		ore pregătire seminarii/laboratoare, elaborare teme de casă și referate, portofolii și eseuri			4
3.4* Număr total de ore activități neasistate/semestru	72 , din care:	ore documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren			
		ore studiu individual după manual, suport de curs, bibliografie și notițe			14
		ore pregătire seminarii/laboratoare, elaborare teme de casă și referate, portofolii și eseuri			58
3.5 Total ore/săptămână <sup>9</sup>	7				
3.5* Total ore/semestru	100				
3.6 Număr de credite	4				

## 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	<ul style="list-style-type: none"> <li>Utilizarea calculatoarelor, anul I; Comunicarea cu presa, anul II; Redactarea materialelor de relații publice, anul III, Elaborarea de produse de PR cu Calculatorul, anul III</li> </ul>
4.2 de competențe	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cunoștințe de bază în utilizarea PC-ului</li> </ul>

<sup>1</sup> Se înscrie numele facultății care gestionează programul de studii căruia îi aparține disciplina.

<sup>2</sup> Se înscrie numele departamentului căruia i-a fost încredințată susținerea disciplinei și de care aparține titularul cursului.

<sup>3</sup> Se înscrie codul prevăzut în HG – privind aprobarea domeniilor și programelor de studii universitare de master, actualizată anual.

<sup>4</sup> Disciplina se încadrează potrivit planului de învățământ în una dintre următoarele categorii formative: disciplină de aprofundare (DA), disciplină de cunoaștere avansată (DCAV), disciplină de sinteză (DS) sau disciplina complementară (DC).

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

<sup>6</sup> Anul de studii la care este prevăzută disciplina în planul de învățământ.

<sup>7</sup> Disciplina poate avea unul din următoarele regimuri: disciplină impusă (DI) sau disciplină obligatorie (DOb)-pentru alte domenii fundamentale de studii oferite de UPT sau disciplină opțională (DO).

<sup>8</sup> 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.

<sup>9</sup> 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 mare; materiale suport: laptop, proiector, tablă
5.2 de desfășurare a activităților practice	• Laborator multimedia cu conexiune la internet, software MS Office

## 6. Competențe la formarea cărora contribuie disciplina

Competențe specifice	<ul style="list-style-type: none"><li>• Identificarea particularităților utilizării specializate a diverselor tipuri media în comunicare.</li><li>• Explicarea și interpretarea unor procese de comunicare specifice mediului digital.</li></ul>
Competențele profesionale în care se înscriu competențele specifice	<ul style="list-style-type: none"><li>• C2. Dezvoltă strategii de comunicare<ul style="list-style-type: none"><li>• C12. Utilizează software pentru sistemele de gestionare de conținut;</li><li>• C13. Implementează planificarea strategică.;</li></ul></li></ul>
Competențele transversale în care se înscriu competențele specifice	<ul style="list-style-type: none"><li>• CT1. Administrează identitatea digitală</li><li>• CT2. Aplică măsuri de securitate digitală</li><li>• CT3. Managementul platformelor de comunicare socială</li></ul>

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"><li>• Dezvoltarea competențelor avansate în comunicarea digitală și e-comunicare</li></ul>
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"><li>• Dezvoltarea competențelor în comunicarea digitală și social media</li><li>• Gestionarea eficientă a campaniilor de comunicare și crizelor online</li><li>• Adaptarea și integrarea tehnologiilor emergente în comunicarea strategică</li></ul>

## 8. Conținuturi

8.1 Curs	Număr de ore	Din care on-line	Metode de predare
Comunicarea digitală: concepte, caracteristici și tendințe	2		expunere, prelegere, studiul de caz, problematizarea,
Identitatea și imaginea organizațională în mediul digital	2		
Comunicarea vizuală și multimedia în mediul digital	2		
Audiențe și publicuri în e-comunicare	2		
Comunicarea prin email și alte canale sincrone și asincrone în Era Digitală	2		
Utilizarea platformelor de social media pentru comunicare strategică și advocacy	2		
Strategii de conținut în social media	2		
Crearea și dezvoltarea de bloguri: aspecte teoretice	2		
Fundamente și tehnici în producția de podcast-uri	2		
Fundamente și tehnici în producția de vlog-uri	2		
Planificarea și implementarea campaniilor de comunicare digitală.	2		

Măsurarea și analiza efectelor comunicării digitale	2		
Gestionarea crizelor în e-comunicare	2		
Tendențe viitoare în e-comunicare	2		
	<p>Bibliografie<sup>10</sup> Aronson, M. (2013). <i>Ghidul redactării în relații publice</i>. București: Amsta Publishing.</p> <p>Bardan, Alexandra, <i>Introducere în designul de presă</i>, București, Tritonic, 2012</p> <p>Balaban, D. C.; Szambolics, J. (2021). Social media influencerii și rolul lor în publicitate. București: Tritonic.</p> <p>Cismaru, D-M (2015). <i>Managementul reputației în mediul online</i>. București: Tritonic.</p> <p>Coman, C. (2016). <i>Relațiile publice și mass-media</i>. București: Polirom.</p> <p>Dobre, C., Milovan, A.M., (2019). <i>Marketing online și social media</i>. București: C.H.BECK.</p> <p>Dumitrașcu, V. (2020). <i>Managementul comunicării și relații publice în afaceri: relații publice, branding, comunicare corporativă, manipulare, imagine și criza organizațională</i>. București: Universitară.</p> <p><a href="http://elibrary.snsps.ro/wp-content/uploads/2020/03/Managementul-reputatiei-in-mediul-online.pdf">http://elibrary.snsps.ro/wp-content/uploads/2020/03/Managementul-reputatiei-in-mediul-online.pdf</a></p> <p>Dumitrașcu, V. (2020). <i>Managementul comunicării și relații publice în afaceri: relații publice, branding, comunicare corporativă, manipulare, imagine și criza organizațională</i>. București: Universitară.</p> <p><a href="http://elibrary.snsps.ro/wp-content/uploads/2020/03/Managementul-reputatiei-in-mediul-online.pdf">http://elibrary.snsps.ro/wp-content/uploads/2020/03/Managementul-reputatiei-in-mediul-online.pdf</a></p> <p>Fărcașiu, M. A., Gherhes, V., &amp; Cernicova-Buca, M. (2022). Communicative Aspects of Public Health Campaigns: A Content Analysis of the Pro-vaccination Campaign in Romania during the COVID-19 Pandemic. <i>Buletinul Științific al Universității Politehnica Din Timisoara, Seria Limbi Moderne</i>, 21, 23–44.</p> <p>Gherheș, V., Cernicova-Buca, M., &amp; Fărcașiu, M. A. (2023). Public Engagement with Romanian Government Social Media Accounts during the COVID-19 Pandemic. <i>International Journal of Environmental Research and Public Health</i>, 20(3), 2372.</p> <p>Kim, C. M. (2021). <i>Social Media Campaigns: Strategies for Public Relations and Marketing</i>. Routledge.</p> <p>Rosenberg, A. (2021). <i>A Modern Guide to Public Relations: Including: Content Marketing, SEO, Social Media &amp; PR Best Practices</i>. Veracity Marketing.</p>		
<b>8.2 Activități aplicative<sup>11</sup></b>	<b>Număr de ore</b>	<b>Din care on-line</b>	<b>Metode de predare</b>
Principii de bază în designul grafic	2		expunere, prelegere, studii de caz, problematizare
Elementele cheie ale identității vizuale	2		
Explorarea și învățarea utilizării platformelor de design grafic: Canva, Prezi, Adobe Express	2		
Creativitatea în designul grafic: Proiectarea unui afiș, flyer sau newsletter utilizând instrumente de design grafic	2		
Crearea și dezvoltarea de bloguri: aspecte practice	2		
Fundamentele producției de podcast-uri	2		
Aspecte practice în producția de vlog-uri	2		
	<p>Bibliografie<sup>12</sup> Aronson, M. (2013). <i>Ghidul redactării în relații publice</i>. București: Amsta Publishing.</p> <p>Bardan, Alexandra, <i>Introducere în designul de presă</i>, București, Tritonic, 2012</p> <p>Balaban, D. C.; Szambolics, J. (2021). Social media influencerii și rolul lor în publicitate. București: Tritonic.</p> <p>Cismaru, D-M (2015). <i>Managementul reputației în mediul online</i>. București: Tritonic.</p> <p>Coman, C. (2016). <i>Relațiile publice și mass-media</i>. București: Polirom.</p> <p>Dobre, C., Milovan, A.M., (2019). <i>Marketing online și social media</i>. București: C.H.BECK.</p> <p>Dumitrașcu, V. (2020). <i>Managementul comunicării și relații publice în afaceri: relații publice, branding, comunicare corporativă, manipulare, imagine și criza organizațională</i>. București: Universitară.</p> <p><a href="http://elibrary.snsps.ro/wp-content/uploads/2020/03/Managementul-reputatiei-in-mediul-online.pdf">http://elibrary.snsps.ro/wp-content/uploads/2020/03/Managementul-reputatiei-in-mediul-online.pdf</a></p> <p>Dumitrașcu, V. (2020). <i>Managementul comunicării și relații publice în afaceri: relații publice, branding, comunicare corporativă, manipulare, imagine și criza organizațională</i>. București: Universitară.</p> <p><a href="http://elibrary.snsps.ro/wp-content/uploads/2020/03/Managementul-reputatiei-in-mediul-online.pdf">http://elibrary.snsps.ro/wp-content/uploads/2020/03/Managementul-reputatiei-in-mediul-online.pdf</a></p>		

<sup>10</sup> Cel puțin un 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.

<sup>11</sup> 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:”.

<sup>12</sup> Cel puțin un titlu trebuie să aparțină colectivului disciplinei.

	<p>Fărcașiu, M. A., Gherhes, V., &amp; Cernicova-Buca, M. (2022). Communicative Aspects of Public Health Campaigns: A Content Analysis of the Pro-vaccination Campaign in Romania during the COVID-19 Pandemic. <i>Buletinul Stiintific al Universitatii Politehnica Din Timisoara, Seria Limbi Moderne</i>, 21, 23–44.</p> <p>Gherheș, V., Cernicova-Buca, M., &amp; Fărcașiu, M. A. (2023). Public Engagement with Romanian Government Social Media Accounts during the COVID-19 Pandemic. <i>International Journal of Environmental Research and Public Health</i>, 20(3), 2372.</p> <p>Kim, C. M. (2021). <i>Social Media Campaigns: Strategies for Public Relations and Marketing</i>. Routledge.</p> <p>Rosenberg, A. (2021). <i>A Modern Guide to Public Relations: Including: Content Marketing, SEO, Social Media &amp; PR Best Practices</i>. Veracity Marketing.</p> <p>Graphic Design and Print Production Fundamentals - <a href="https://opentextbc.ca/graphicdesign/">https://opentextbc.ca/graphicdesign/</a></p> <p>How To Use Canva For BEGINNERS - <a href="https://www.youtube.com/watch?v=UkzVLHeSf7c">https://www.youtube.com/watch?v=UkzVLHeSf7c</a></p> <p>How to use Adobe Express - <a href="https://www.youtube.com/watch?v=VA3o3rFNIP0">https://www.youtube.com/watch?v=VA3o3rFNIP0</a></p> <p>Tutorial editare audio/video - <a href="https://www.youtube.com/playlist?list=PLFwlsICFx_cMy6WXX_A1poEHEkwc-5Ma">https://www.youtube.com/playlist?list=PLFwlsICFx_cMy6WXX_A1poEHEkwc-5Ma</a></p>
--	---

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

- 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 centrează pe abilități de organizare, comunicare, relaționare, planificare.

**10. Evaluare**

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare <sup>13</sup>	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Cunostintele din aria cursului predat	Examenul este scris	50%
10.5 Activități aplicative	<b>S:</b> Studiu de caz elaborat pe o temă aleasă din tematica cursului/seminarului	Evaluarea activității de laborator se face prin lucrări independente și de grup, efectuate în clasă și lucrări individuale, efectuate acasă	50%
	<b>L:</b>		
	<b>P:</b>		
	<b>Pr:</b>		
	<b>Tc-R<sup>14</sup>:</b>		
<b>10.6 Standard minim de performanță</b> (volumul de cunoștințe minim necesar pentru promovarea disciplinei și modul în care se verifică stăpânirea lui) <sup>15</sup>			
• Nota 5 pentru cunoștințe minime de bază, nota 10 pentru tratarea corectă și creativă a tuturor subiectelor			

**Data completării**

08.01.2024

**Titular de curs  
(semnătura)**

Prof. univ. dr. Vasile GHERHEȘ

**Titular activități aplicative  
(semnătura)**

Prof. univ. dr. Vasile GHERHEȘ

**Director de departament  
(semnătura)**

Prof. dr.habil. Vasile GHERHEȘ

**Data avizării în Consiliul Facultății<sup>16</sup>**

25.01.2024

**Decan  
(semnătura)**

Prof. dr.habil. Daniel DEJICA-CARTIȘ

<sup>13</sup> 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.)

<sup>14</sup> Tc-R=teme de casă - Referate

<sup>15</sup> Pentru acest punct se recomandă consultarea "Ghidului de completare a Fișei disciplinei" de la adresa:

[http://www.upt.ro/img/files/2018-2019/calitate/Ghid\\_de\\_completare\\_fisa\\_disciplinei.pdf](http://www.upt.ro/img/files/2018-2019/calitate/Ghid_de_completare_fisa_disciplinei.pdf)

<sup>16</sup> Avizarea Fișei disciplinei a fost precedată de discutarea punctului de vedere al board-ului de care aparține programul de studii.