

FIȘA DISCIPLINEI

Relații publice sectoriale, anul universitar 2017-2018

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea din Pitești
1.2. Facultatea	Facultatea de Științe ale educației, Științe sociale și Psihologie
1.3. Departamentul	Psihologie, Asistență socială și Științe ale comunicării
1.4. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5. Ciclul de studii	Licență
1.6. Programul de studii/Calificarea	Jurnalism

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Relații publice sectoriale							
2.2. Titularul activităților de curs	Conf.univ.dr. Carmen Nicolescu							
2.3. Titularul activităților de seminar	Lect. univ. dr. Elena Popescu							
2.4. Codul disciplinei	UP	9	S	3	O	5	3	
2.5. Anul de studiu MCO I	2.5. Semestrul I	Tipul de evaluare E3		2.6.Regimul disciplinei : Obligatorie				

3. Timpul total estimat

3.1	Număr de ore pe săptămână	2	3.2	din care curs	1	3.3	S / L / P	1
3.4	Total ore din planul de învăț.	28	3.5	din care curs	14	3.6	S / L / P	14
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								25
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii, eseuri								15
Tutorat								12
Examinări								15
Alte activități (documentare pe Internet, pregătire examinare, pregătire prezentări orale/seminarii/laborator etc.)								10
3.7	Total ore studiu individual	97						
3.8	Total ore pe semestru	125						
3.9	Număr de credite	5						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Notiuni si concepte fundamentale: sistem public, sector neguvernamental non-profit, voluntariat, campanii sociale, PR și publicitate. Cunoașterea elementelor fundamentale de teorie, și practică comunicațională în relațiile publice.
4.2	De competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă.

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	Amfiteatru, videoproiector, laptop
5.2	De desfășurare a laboratorului	Laborator, PC, materiale didactice

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	- C1. Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării. - C2. Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC). - C3. Descrierea tipurilor diferite de audiență / public implicate în comunicare. - C4. Managementul informației de presă. - C5. Identificarea și utilizarea elementelor specifice de deontologie și de responsabilitate socială a jurnalistului. - C6. Producția unui conținut jurnalistic (text, video, audio și foto) pentru toate tipurile de media.
Competențe transversale	- CT1.Rezolvarea în mod realist - cu argumentare atât teoretică, cât și practică - a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora. - CT2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice. - CT3. Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și a adaptării la cerințele pieței muncii.

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Obiectivul cursului este de a prezenta modalități de construcție și gestionare a imaginii organizationale cu ajutorul sistemelor de relații publice în sectorul public, privat și privat non-profit. Notiuni și concepte fundamentale: sistem public, sector neguvernamental non-profit, voluntariat, campanii sociale, PR cu resurse limitate etc. Studentii vor fi familiarizați cu modul în care sunt dezvoltate produse de PR în cadrul unor firme, instituții publice și ONG-uri. Însușirea și înțelegerea aparatului conceptual a obiectivelor și principiilor care stau la baza organizării și derulării relațiilor publice.
7.2 Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive

	1. Cunoașterea și înțelegerea diferitelor teorii, concepte, tehnici și instrumente specifice relațiilor publice și comunicării / PR; 2. Operarea cu conceptele fundamentale ale relațiilor publice și comunicării; 3. Explicarea și interpretarea diferitelor concepte și teorii specifice relațiilor publice și comunicării; 4. Definirea corectă a obiectului de studiu al domeniului relațiilor publice și ale comunicării; 5. Asimilarea de către studenți a cunoștințelor necesare, înțelegerea și utilizarea corectă a conceptelor specifice cu care se operează în relațiile publice 6. Aplicarea cunoștințelor specifice relațiilor publice în rezolvarea unor situații-problemă B. Obiective procedurale 7. Corelarea unor cunoștințe acumulate în cadrul altor cursuri cu unele teorii și instrumente de lucru din domeniul relațiilor publice; 8. Identificarea unor situații concrete de aplicare a teoriilor și metodelor de lucru; 9. Folosirea teoriilor și tehnicilor de lucru pentru elaborarea unor instrumente de comunicare specifice domeniului studiat. C. Obiective atitudinale 10. Respectarea normelor de deontologie profesională (respectarea obiectivității în abordarea temelor de studiu; folosirea unor modele de succes în studiile de caz); 11. Cooperarea în echipe de lucru pentru rezolvarea diferitelor sarcini de lucru; 12. Utilizarea unor metode și instrumente de lucru specifice metodologiei cercetării din domeniul relațiilor publice și ale comunicării.
--	--

8. Conținuturi

8. Conținuturi

8.1. Curs		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Trăsăturile, obiectivele și funcțiile relațiilor publice. Teorii ale relațiilor publice.	2	Prelegerea	Computer
2	Organizațiile și publicul. Evoluția relațiilor publice.	2		
3	Relațiile publice ca proces. Forme de comunicare specifice mulțimilor.	2	Dialogul interactiv	Videoproiector
4	Tehnici și metode de relații publice cu presa. Departamente de relații publice.	2		
5	Specialistul în relații publice: calități și competențe. Codul Internațional de Etică pentru Relații Publice adoptat de IPRA	2	Conversația euristica	Note/Suport de curs electronic
6	Particularități ale comunicării în relațiile publice. Publicul intern.	2	Dezbateră	Acces la bibliografie
7	Planul unei campanii de relații publice. Metode de cercetare în relațiile publice. Măsurarea și interpretarea datelor	2		
Bibliografie				
1. Aronson, Mery, Spetner, Don, Ames, Carol, <i>Ghidul redactării în relațiile publice</i>, AMSTA PUBLISHING, 2008 2. Coman, Cristina, <i>Relațiile publice. Principii și strategii</i>, Polirom, 2001 3. David, George, <i>Tehnici de relații publice</i>, Polirom, 2008 4. Dagenais, Bernard, <i>Campania de relații publice</i>, Polirom, 2003 5. Dagenais, Bernard, <i>Profesia de relaționist</i>, Polirom, 2002 6. Hariuc, Constantin, Muntean, Mihail, Spulber, Simona, <i>Introducere în relațiile publice</i>, Editura Pământul, 2004 7. Newsom, Doug, Turk, Judy Van Slyne, Kruckebery, Dean, <i>Totul despre relațiile publice</i>, Polirom, 2003 8. Newsom, Doug, Carell, Bob, <i>Redactarea materialelor de relații publice</i>, Polirom, 2004 9. Oliver, Sandra, <i>Strategii de relații publice</i>, Polirom, 2009 10. Ries, Al & Ries, Laura, <i>Căderea advertisingului și ascensiunea PR-ului</i>, Brandbuilders Grup, București, 2005				
8.2. Aplicații: Seminar / Laborator / Teme de casă		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Politici de comunicare într-o organizație. Politici publice.	2	Conversația euristica	Referatul, fișa didactică Exemplificare
2	Rolul persoanei / echipei de PR: atribuții, responsabilități, limitări.	2		
3	Construirea unei campanii de PR în funcție de organizație.	2	dezbateră	Corelare cu lectura individuală Stabilirea echipelor de lucru
4	Strategii de comunicare și relația cu mass-media.	2		
5	Management și PR. Nevoia de PR specializat.	2	lucru individual practică	Realizarea unui plan de cercetare științifică
6	Sfaturi practice pentru realizarea analizei și evaluării politicilor publice.	2		
7	Politici sectoriale. Studii de caz.	2	lucru în grup	
Bibliografie consultativă				
1. Steidl Peter; Emery Garry, (2007) <i>Corporate Image and Identity Strategies-Designing the Corporate Future</i>, Business & Professional Publishing, Australia. 2. Stancu Serb, (2006) <i>Relații Publice și Comunicare</i>, Teora, București 3. Riel van C.B.M.; Fombrum Charles J., (2007) <i>Essentials of Corporate Communication</i>, Routledge, London & New York 4. Kim, A.J. (2000) <i>Community Building on the Web: Secret Strategies for Successful Online Communities</i>. London: Addison Wesley. 5. Schuler, D (1996). <i>New Community Networks - Wired for Change</i>. New York: Addison-Wesley. 6. Coman, Cristina, <i>Relațiile publice și mass-media</i>, Polirom, 2004 7. Hariuc, Constantin, Petrovici Merima, <i>Relații publice în câmpul social. Domenii de aplicare</i>, Editura Printech, București, 2012 8. Rogojinaru, Adela, <i>Interdisciplinaritate. Teme de relații publice</i>, Editura Ars Docendi, 2003				

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

- Abilitatea de a structura un material teoretic complex și de a sintetiza informațiile relevante.
- Abilitatea de a formula concluzii pe marginea unui material teoretic complex și de a argumenta o analiză critică a conținutului studiat.
- Corectitudinea și acuratețea folosirii conceptelor, teoriilor și tehnicilor jurnalistice de redactare a unui text, însușite la nivelul disciplinei, vor satisface așteptările reprezentanților comunității epistemice/academice din domeniul științelor comunicării;
- Competențele procedurale și atitudinale ce vor fi dobândite la nivelul disciplinei vor satisface așteptările reprezentanților asociațiilor profesionale și angajatorilor din domeniul mass-media (atât mediul public, cât și cel privat).
- Pentru a se corobora competențele specifice noțiunilor teoretice dobândite, se vor organiza periodic: întâlniri cu angajatorii, vizite în firme de profil, workshop-uri tematice cu participanți din mediul economic, schimburi de bune practici cu cadre didactice din alte universități, participarea la consorții de specialitate, participarea la sesiunile de comunicări științifice studentești, se vor organiza focus-grupuri pe diferite teme de interes pentru viitoare job-uri etc.

10 Evaluare:

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Sumativa	Prezentare tema/referat	50%
10.5 Seminar/ Laborator	Activitate de seminar	Evaluarea temelor	10%
	Evaluări periodice	Verificarea cunoștințelor	20%
	Proiect	Evaluarea proiectului	20%
10.6 Standard minim de performanță	3,5 puncte acumulate din evaluarea activităților periodice și 1,5 puncte la evaluarea finală; Nota 5 la testul de verificare și rezolvarea în proporție de 50% a cerințelor de la seminar.		

Data completării
15.10. 2017

Titular de curs,
Conf. univ. dr. Carmen Nicolescu

Titular de seminar / laborator,
Lect. univ. dr. Elena Popescu

Data aprobării în Consiliul departamentului,
15.10. 2017

Director de departament,
(prestator)
Conf. univ. dr. Manuela Ciucurel

Director de departament,
(beneficiar),
Conf. univ. dr. Manuela Ciucurel