

FIȘA DISCIPLINEI

1.Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA DIN BUCUREȘTI
1.2 Facultatea/Departamentul	FACULTATEA DE Jurnalism si Științele Comunicării
1.3 Catedra	Jurnalism
1.4 Domeniul de studii	Științele comunicării
1.5 Ciclul de studii	Master
1.6 Programul de studii/Calificarea	Relații publice

2.Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei		Proiect de cercetare pentru campanii de relații publice					
2.2 Titularul activităților de curs		Prof univ dr Mihai Coman					
2.3 Titularul activităților de seminar		Prof univ dr Mihai Coman					
2.4 Anul de studiu	1	2.5 Semestrul	1	2.6 Tipul de evaluare	Sumativă	2.7 Regimul disciplinei	Obligatoriu

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp					Ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					30
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					30
Tutoriat					8
Examinări					10
Alte activități					
3.7 Total ore studiu individual					108
3.9 Total ore pe semestru (3.4. + 3.7)					150
3.10 Numărul de credite					5

4.Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	
4.2 de competențe	

5.Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	Condițiile de frecvență sunt cele fixate de LEN/2011. Studentul este considerat prezent în condițiile în care participă la întregul curs și/sau seminar. Studenții se vor prezenta la prelegeri la ora afișată, nu se admit întârzieri mai mari de 15 minute. Nu este permisă folosirea telefoanelor mobile în timpul cursului, nici părăsirea de către studenți a sălii de curs în vederea preluării
-------------------------------	---

	apelurilor telefonice personale. Se pot folosi laptopurile si tabletele pentru luarea notițelor. Cursul poate fi inregistrat, daca este obtinuta aprobarea titularului de curs. Nu este permisă deranjarea cursului prin dialoguri interpersonale, ascultarea muzicii, trimiterea de SMS, comunicare pe Facebook, Twiter etc, ieșirea și intrarea în și din sală.
5.2 de desfășurare a seminarului/laboratorului	Condițiile de frecvență sunt cele fixate de LEN/2011. Studentul este considerat prezent în condițiile in care participă la întregul curs și/sau seminar. Studenții se vor prezenta la seminare la ora afișată, nu se admit întârzieri mai mari de 15 minute. Nu este permisă folosirea telefoanelor mobile în timpul cursului, nici părăsirea de către studenți a sălii de curs în vederea preluării apelurilor telefonice personale. Nu este permisă deranjarea seminarului prin dialoguri interpersonale, trimiterea de SMS, comunicare pe Facebook, Twiter etc, ascultarea muzicii, ieșirea și intrarea în și din sală.
5.3. Forme de comunicare	Fișa disciplinei este postată pe siteul FJSC, la bibliotecă și transmisă pe grupul masterului. Studenții primesc un extras din Fișa disciplinei, cuprinzând obligațiile de frecvență și modalitățile de evaluare și semnează de luare la cunoștință Informatiile oficiale se vor posta pe siteul FJSC; de asemenea ele pot fi transmise si pe grupul de discutii al masterului prin intermediul unui responsabil al grupului. In anumite situații cadrul didactic poate oferi clarificări, raspunzând mesajelor primite pe email; aceste mesaje au valoare consultative și nu se constituie în documente oficiale.

6.Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> - Identificarea și utilizarea principalelor teorii cu privire la relațiile publice și la comunicarea de masă - Utilizarea corectă a principalelor metode, de cercetare si a metodologiei cercetării - Aplicarea principiilor deontologice și a normelor etice care stau la baza organizării unei cercetări specifice domeniului - Întocmirea de planificări strategice pentru gestionarea unor campanii de RP
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> - capacitatea de a evalua în mod critic, independentă, campaniile de comunicare cu obiective sociale si politice - capacitatea de analiză a conținutului mass-media - capacitatea de realizare a unor sinteze, prin selecția reflexivă a informațiilor

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	- Elaborarea unui proiect de specialitate sau cel puțin a unei părți a unui asemenea proiect, aplicând atât cunoștințe, teorii și metode de cercetare din științele
---------------------------------------	---

	<p>sociale</p> <p>- Identificarea conceptelor și metodelor adecvate dezvoltării unui produs sau unei campanii de RP</p> <p>- Realizarea și promovarea unui produs de RP și a unei campanii de RP care presupun sarcini de cercetare de complexitate medie</p>
7.2 Obiectivele specifice:	Exercițiile și proiectele vor permite studenților să aplice creativ aceste cunoștințe în proiecte de cercetare, fie academice, fie în câmpul profesional (identificarea situației, evaluarea unei campanii de RP, campanii de publicitate)

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Introducere in cercetare - delimitări teoretice	prelegere	1
2. Metodologia cercetării: fixarea obiectivelor, ipoteze, întrebări de cercetare		1
3. Metodologia cercetării: folosirea surselor, tehnici de citare și referire		1
4. Metodologia cercetării: prezentarea literaturii de specialitate		
5. Metodologia cercetării: elaborarea textului		1
6. Metode de cercetare pentru colectarea datelor: observația participativă		
7. Metode de cercetare pentru colectarea datelor: observația participativă		
8. Metode de cercetare pentru colectarea datelor: interviul în profunzime		1
9. Metode de cercetare pentru interpretarea datelor: analiza de conținut		
10. Metode de cercetare pentru interpretarea datelor: analiza de conținut		1
11. Metode de cercetare pentru interpretarea datelor: analiza framing		1
12. Metode de cercetare pentru interpretarea datelor: analiza framing		1
13. Aspecte etice ale cercetării		

14. Evaluarea cursului		
Bibliografie minimală		
Chelcea, Septimiu. (2001). <i>Metodologia cercetării sociale</i> , Editura Economică: București		
De Singley, F. (coord.) (1998). <i>Ancheta și metodele ei: chestionarul, interviul de producere a datelor, interviul comprehensiv</i> , Editura Polirom: Iași.		
Iliuț, P. (1997). <i>Abordarea calitativă a socioumanului</i> , Editura Polirom: Iași.		
Lejeune, Christophe, 2014, <i>Manuel d'analyse qualitative</i> , Louvain la neuve, De Boeck		
Marinescu Valentina, 2005, <i>Metode de studiu in comunicare</i> , Bucuresti, Niculescu;		
Marginean, Ioan, 2004, <i>Proiectarea cercetarii sociologice</i> , Iasi, Polirom;		
Silverman, David. (2001). <i>Interpretarea datelor calitative</i> , Editura Polirom: Iași.		
8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
15. Introducere in cercetare - delimitări teoretice	dezbatere	
16. Metodologia cercetării: fixarea obiectivelor, ipoteze, întrebări de cercetare	Studiu de caz	
17. Metodologia cercetării: folosirea surselor, tehnici de citare si referire	Studiu de caz	
18. Metodologia cercetării: prezentarea literaturii de specialitate	Studiu de caz	
19. Metodologia cercetării: elaborarea textului	Studiu de caz	
20. Metode de cercetare pentru colectarea datelor: observația participativă	Studiu de caz	
21. Metode de cercetare pentru colectarea datelor: observația participativă	Studiu de caz	
22. Metode de cercetare pentru colectarea datelor: interviul în profunzime	Studiu de caz	
23. Metode de cercetare pentru interpretarea datelor: analiza de conținut	Studiu de caz	
24. Metode de cercetare pentru interpretarea datelor: analiza de conținut	Studiu de caz	
25. Metode de cercetare pentru interpretarea datelor: analiza framing	Studiu de caz	

26. Metode de cercetare pentru interpretarea datelor: analiza framing	Studiu de caz	
27. Aspecte etice ale cercetării	Studiu de caz	
28. Evaluarea seminarului		

Bibliografie suplimentară

Altheide, D.L. & Schneider, C.J. (2013). *Qualitative media analysis*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Baxter, L.A.& Babbie, E. (2004). *The basics of communication research*. Belmont CA: Wadsworth/Thompson.

Brennen, B.S. (2012). *Qualitative research methods for media studies*. New York: Routledge.

Corbin, J. & Strauss, A. (2008). *Qualitative research*. (Third edition). Thousand Oaks CA: Sage.

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

Conform practicii curente în FJSC, pentru perfecționarea conținuturilor și adaptarea lor la tendințele actuale din domeniu, titularii disciplinei au organizat întâlniri periodice cu reprezentanții AFCOM (Asociația formatorilor din Jurnalism și Comunicare, cu reprezentanți ai ARP și CRP, precum și cu jurnaliști, lideri ai instituțiilor de presă, reprezentanți ai AJR, CJI, AMPAC etc. Prin dialog s-au identificat nevoile și așteptările angajatorilor din domeniu și s-a realizat coordonarea cu alte programe similare din cadrul altor instituții de învățământ superior. În anul univ 2013-2014 un grup de lucru al FJSC a realizat o analiză a curriculei universitare în domeniul jurnalismului și relațiilor publice, adaptând (în vederea evaluării periodice) oferta FJSC cu tendințele învățământului de journalism și comunicare din țările occidentale

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Cunoașterea conceptelor de bază pentru înțelegerea funcționării spațiului public Dezvoltarea capacității de interpretare a fenomenelor cu ajutorul conceptelor și teoriilor de referință. Capacitatea de a construi campanii de comunicare folosind sisteme de reprezentări simbolice	Referat	Nota de curs se obține din 1-10 pct pentru elaborarea unui referat. Acesta trebuie să fie: a) adecvat tematicii cursului; b) realizat conform normelor etice și standardelor de redactare și citare/referire academice; c) să articuleze considerații teoretice întemeiate pe bibliografia studiată cu o aplicație cu finalitate profesională Inercarea de promovare prin fraudă (cf Legii 1/2011) se sancționează conform legii și reglementărilor din Carta UB și Codul etic al UB
10.5 Seminar/laborator	Capacitatea studentului de a sintetiza materia, de a analiza fenomenele cu ajutorul conceptelor studiate, de a reflecta critic asupra fenomenelor		Nota de seminar se obține din: 1-10 pct din frecvența la seminar + 1-10 pct pentru activitatea în seminar

	contemporane Progresele studentului de asimilare a materiei concretizate in participarea la discutii, identificarea de studii de caz sau de aplicații Gradul de implicare în dezbaterile din seminar		
<p>Nota finală este media obținută din: a) nota de la verificarea cunoștințelor si competențelor prin elaborarea unui referat ; b) nota de la seminar</p> <p>In cazul in care media obținută este sub 5, studentul va prezenta un nou referat in sesiunea de restante si/sau cel puțin o temă de seminar</p> <p>Media finală se încheie atunci când studenta/ul a obținut o notă peste 5 (cinci) ATÂT pentru activitatea seminar, CÂT ȘI pentru referat</p>			

10.6 Standard minim de performanță

- Capacitatea de a defini fenomenele cu ajutorul conceptelor de bază
- Capacitatea de a exemplifica, modelele teoretice studiate prin cazuri din realitate
- Capacitatea de a construi mesaje si de a concepe campanii de comunicare

Data completării
1-sept-2016

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

Data avizării în
department

Semnătura șefului departament

.....

.....