

FIȘA DISCIPLINEI 2020-2021

1.Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA DIN BUCUREȘTI
1.2 Facultatea/Departamentul	FACULTATEA DE JURNALISM ȘI ȘTIINȚELE COMUNICĂRII
1.3 Catedra	DE JURNALISM
1.4 Domeniul de studii	ȘTIINȚE ALE COMUNICĂRII
1.5 Ciclul de studii	LICENȚĂ
1.6 Programul de studii/Calificarea	RELAȚII PUBLICE

2.Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei		ATELIER DE RELAȚII PUBLICE					
2.2 Titularul activităților de curs		LECT. DR. ANCA ANTON					
2.3 Titularul activităților de seminar		LECT. DR. ANCA ANTON					
2.4 Anul de studiu	I	2.5 Semestrul	II	2.6 Tipul de evaluare	V	2.7 Regimul disciplinei	S

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	2	din care: 3.2 curs	0	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	28	din care: 3.5 curs	0	3.6 seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp					Ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					5
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					8
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					30
Tutoriat					2
Examinări					2
Alte activități					-
3.7 Total ore studiu individual					47
3.9 Total ore pe semestru (3.4. + 3.7)					75
3.10 Numărul de credite					3

4.Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	<ul style="list-style-type: none"> - Gramatica limbii române - Introducere în Relații Publice - Marketing
4.2 de competențe	<ul style="list-style-type: none"> - Competențe tehnice – utilizare calculator/laptop și smartphone - Competențe digitale – utilizare platforme social media, platforme de file sharing, navigare online, căutare și identificare resurse digitale

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	Videoproiector
5.2 de desfășurare a seminarului/laboratorului	Videoproiector, tablă/flipchart

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none">- Înțelegerea structurii unui plan de relații publice- Capacitatea de a realiza detaliat și coerent un plan de relații publice- Realizarea unui brandbook, a unei mape de presă și a unui portofoliu de materiale de promovare
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none">- Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei- Identificarea oportunităților și (auto)evaluarea nevoii de formare continuă, precum și valorificarea eficientă a resurselor și tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare- Rezolvarea unor situații profesionale uzuale într-un mod eficient și deontologic

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Înțelegerea aparatului conceptual și aplicativ al disciplinei în vederea dezvoltării strategice și tactice a unui plan de comunicare specific relațiilor publice în corelare cu alte discipline conexe.
7.2 Obiectivele specifice	La finalul semestrului studenții vor putea să: <ul style="list-style-type: none">- Realizeze un plan de relații publice- Realizeze un brandbook- Realizeze o mapă de presă/PR kit- Realizeze un portofoliu de materiale de promovare online și offline

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
Bibliografie		
8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
<ul style="list-style-type: none"> - Parcurgerea și înțelegerea bibliografiei - Planul de relații publice: se discută și se construiește un plan în echipe, pe o temă dată și primesc feedback la următorul atelier - Brandbookul: se discută și se exemplifică la clasă ce este un brandbook, ce conține, cum se realizează și cum se utilizează; studenții realizează în echipe, pe o temă dată, un brandbook și primesc feedback la următorul atelier - Kitul de PR/mapa de presă: se discută și se exemplifică la clasă ce este un kit de PR, ce conține, cum se realizează și cum se utilizează; studenții realizează în echipe, pe o temă dată, un kit de PR și primesc feedback la următorul atelier - Portofoliul materialelor de promovare: se discută și se exemplifică la clasă diverse tipuri de materiale de promovare, ce conțin, cum se realizează și cum se utilizează; studenții realizează în echipe, pe o temă dată, un astfel de portofoliu și primesc feedback la următorul atelier 	<ul style="list-style-type: none"> Explicația Problematizarea Studiul de caz Conversația Simularea 	
Bibliografie		
<ul style="list-style-type: none"> - Cutlip, S.; Center, A.; Broom, G., <i>Relații publice eficiente</i>, Ed. Comunicare.ro, București, 2010, pp. 372-389 - Libaert, T., <i>Planul de comunicare</i>, Polirom, Iași, 2009, pp. 142-153 - Newsom, D., <i>Totul despre relațiile publice</i>, Polirom, Iași, 2010, pp. 191-213 		

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

Atelierul își propune să familiarizeze studenții cu aparatul aplicativ al relațiilor publice prin simulări de situații ce reproduc activitatea din agențiile de relații publice.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs			
10.5 Seminar/laborator	<ul style="list-style-type: none"> Înțelegerea corectă a conceptelor Realizarea complexă, corectă și coerentă a materialelor Predarea integrală a materialelor 	<ul style="list-style-type: none"> Realizarea unui portofoliu individual cu 4 teme pe un subiect ales de student: TEMA 1 – 25% Realizarea unui plan de comunicare, pe care studentul îl va folosi ca bază pentru dezvoltarea temelor ulterioare. TEMA 2 – 25% Un brand book care să conțină următoarele elemente, prezentate în modul caracteristic brandbookurilor: - Nume - Logo - Slogan (dacă este cazul) - Paletă cromatică 	100%

		<ul style="list-style-type: none"> - Fonturi - Exemple de imagini utilizate - Pagina standard de comunicare (A4 cu header și footer) - Paragraf descriptiv universal (text max 50 cuvinte în care să descrieți proiectul) <p>TEMA 3 – 25%</p> <p>Un kit de PR* ce include elementele pe care studentul le consideră relevante astfel încât să aibă un PR kit complet.</p> <p>*avem în vedere un set de materiale ce pot fi predate atât print, cât și electronic.</p> <p>TEMA 4 – 25%</p> <p>Un set de materiale de promovare:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cover Facebook page - Imagine profil Facebook page - Imagine care să fie folosită pentru promovarea proiectului prin Facebook ads - Afiș eveniment - Broșură proiect - Flyer proiect - Postare blog ce anunță lansarea proiectului - Postare pentru pagina de Facebook ce anunță lansarea proiectului - Postare pentru grupuri de Facebook ce anunță lansarea proiectului 	
<p>Orele se vor ține online, pe Google Meet (principal) și/sau Microsoft Teams (secundar), ca alternativă tehnică. Materialele vor fi încărcate pe Google Drive (principal) și/sau Moodle (secundar).</p> <p>Comunicarea pe parcursul semestrului se va realiza prin intermediul unui grup privat Facebook, a cărui adresă va fi adusă la cunoștința studenților în timp util.</p>			
<p>10.6 Standard minim de performanță</p> <p>Pentru absolvirea cursului, nota finală a studentului trebuie să fie cel puțin 5 (cinci), fără rotunjiri.</p> <p>Prezență la 50% din ateliere pentru a intra în evaluare. Se va acorda un bonus de 1 punct la nota finală pentru prezență 100%.</p> <p>Pentru examinările și reexaminările din anul universitar curent, în sesiunea de restanță se păstrează condițiile de bibliografie și examinare precizate de fișa disciplinei. Pentru reexaminările din anii următori, se aplică bibliografia și condițiile de examinare precizate în fișa disciplinei din anul în care se dă examenul.</p>			

Data completării

29.09.2020

Semnătura titularului de curs

Lect. dr. Anca Anton

Semnătura titularului de seminar

Lect. dr. Anca Anton

Data avizării în departament

02.10.2020

Semnătura șefului departament

Prof. dr. Raluca Radu