

# FIȘA DISCIPLINEI

## 2020-2021

### 1.Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA DIN BUCUREȘTI
1.2 Facultatea/Departamentul	FACULTATEA DE Jurnalism si Stiintele Comunicarii
1.3 Catedra	Departamentul de Antropologie culturala si Comunicare
1.4 Domeniul de studii	Stiinte ale comunicarii
1.5 Ciclul de studii	Licenta
1.6 Programul de studii/Calificarea	Comunicare si relatii publice

### 2.Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Relatii publice internationale						
2.2 Titularul activităților de curs	Prof.univ.dr.Camelia Cmeciu						
2.3 Titularul activităților de seminar	Prof.univ.dr.Camelia Cmeciu						
2.4 Anul de studiu	III	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	Obligatorie

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	28
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					14
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					35
Tutoriat					0
Examinări					2
Alte activități .....					0
3.7 Total ore studiu individual					69
3.9 Total ore pe semestru (3.4. + 3.7)					125
3.10 Numărul de credite					5

### 4.Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Introducere in relatii publice, Gestiunea crizei
4.2 de competențe	Abilități de identificare a dimensiunilor culturale ale țărilor, de planificare a unei campanii de PR internațional

### 5.Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	Sala cu videoproiector
5.2 de desfășurare a seminarului/laboratorului	Sala cu videoproiector

### 6.Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	- definirea conceptelor, teoriilor, paradigmelor și metodologiilor utilizate în
-------------------------	---

	<p>analiza globalizării;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- tratarea comunicării globale și a publicului / audienței din perspectiva unor parametri specifici relațiilor publice;</li> <li>- utilizarea unor metode de cercetare pentru definirea strategiilor relațiilor publice în mediul internațional, folosind diferiți parametri (țări de context cultural ridicat versus scăzut; comunicarea dialogică, indici culturali etc.);</li> <li>- identificarea și utilizarea unor tehnici și indicatori relevanți pentru monitorizarea și evaluarea campaniilor de relații publice ale unor organizații care activează pe plan mondial.</li> </ul>
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> <li>- evaluarea critică prin argumente teoretice și practice a campaniilor de relații publice ale unor organizații internaționale;</li> <li>- familiarizarea cu rolul muncii în echipă în realizarea unei cercetări (analiză comparativă a siteurilor unor companii multinaționale în diferite țări)</li> <li>- autoevaluarea nevoii de formare profesională în domeniul de relațiilor publice internaționale.</li> </ul>

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Disciplina Relații publice internaționale are ca obiectiv general formarea unor competențe în analiza critică a diferitelor strategii de comunicare a unor produse și servicii promovate de companii multinaționale la nivel global.
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>• operarea corectă cu noile concepte (globalizare, mediul internațional, contextul socio-cultural);</li> <li>• cunoașterea elementelor circuitului culturii;</li> <li>• cunoașterea campaniilor de relații publice la nivel internațional premiate (campaniile multinaționale);</li> <li>• conștientizarea importanței noilor tehnologii în dezvoltarea relațiilor publice în mediul internațional.</li> </ul>

## 8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Relații publice internaționale – definiții, aspecte conceptuale, tendințe. Abordarea generică a relațiilor publice internaționale interculturale	Prelegere; materiale audio, video	2 ore
2. Relațiile publice între globalizare și glocalizare – aspect generale, McDonalizare	Prelegere; materiale audio, video	2 ore
3. Relații publice internaționale – provocări companii multinaționale	Prelegere; materiale audio, video	2 ore
4. Circuitul culturii – de la globalizare la glocalizare – prezentare generală	Prelegere; materiale audio	2 ore
5. Momentul reglementării din circuitul culturii – factorii situaționali, dimensiunea culturală a valorilor, culturi de context diferite	Prelegere; materiale audio	2 ore
6. & 7 Momentul reprezentării din circuitul culturii. Analiza de conținut - metodă de cercetare a textelor produse în campanii.	Prelegere; materiale audio	4 ore
7. & 8 Momentul producției din circuitul culturii – modul de producție a unui website la nivel internaționale, strategii online	Prelegere; materiale audio	4 ore
9 & 10. Momentul consumului din circuitul culturii – modalități de consum – mișcări de protest (online) la nivel internațional	Prelegere; materiale audio	4 ore
11. Momentul identității organizaționale din circuitul culturii – identitate versus imagine organizațională, avantajele unei identități puternice la nivel internațional – KFC – identitate corporativă versus organizațională	Prelegere; materiale audio	2 ore

12. Momentul identității naționale din circuitul culturii	Prelegere; materiale audio	2 ore
13. Relațiile publice în America și Europa – campanii premiate de diferite organisme internaționale	Prelegere; materiale audio	2 ore
14. Pregătirea examenului – modele de subiecte pentru examen	Prelegere	2 ore

#### Bibliografie

Alaimo, K. (2017). Pitch, tweet, or engage on the street. New York, NY: Routledge, chapters – Global Public Relations for Corporations, Public Relations on Global Issues, The Global Media & Social Networks

Cmeciu, Camelia (2020). *Relații publice internaționale – între globalizare și glocalizare*. Iași: Institutul European.

Curtin, Patricia A., Gaither, T. Kenn (2008). *Relații publice internaționale – negocierea culturii, a identității și a puterii*. Radu Iason Martina (trad.). București: Curte Veche.

du Gay, Paul (editor) (2006). *Production of Culture/ Cultures of Production*. Ediția V, Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage.

Freitag, Alan R., Stokes, Quesinberry, Ashli (2009). *Global Public Relations. Spanning Borders, Spanning Cultures*. London, New York: Routledge.

Hofstede, G., Hofstede G.J., Minkov, M. (2012). *Culturi și organizații. Softul mental*. Humanitas, pp. 116-132, pp. 164-175, pp. 195-208.

Kelleher, Tom (2018). *Public Relations*. New York: Oxford University Press, Chapter Global.

Turk, J. V. & Valin, J. (2017). Public relations case studies from around the world. New York, NY: Peter Lang.(Chapter 4 & Chapter 16)

Wilcox, Dennis L., Cameron, Glen T., Reber, H. B. (2015). *Public Relations: Strategies and Tactics*, Pearson. pp. 544-570 (Chapter – Global Public Relations in an Interdependent World)

Würtz, E. (2006). A cross-cultural analysis of websites from high-context cultures and low-context cultures. *Journal of Computer-Mediated Communication, 11(1), article 13*.

8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Delimitarea aspectelor care țin de considerațiile generice ale PR internaționale – formarea echipelor pentru seminar și alegerea unui produs/ serviciu din Top 500 Forbes	Materiale audio-video, discuție pe baza materialelor de pregătit pentru seminar	2 ore
2. Prezentarea orală a considerațiilor strategice pentru produsul/ serviciul ales și discutarea capitolului "Global" din bibliografie	Materiale audio-video, discuție pe baza materialelor de pregătit pentru seminar	2 ore
3. Discutarea materialelor pentru seminar despre elementele circuitului culturii – campanile Ispas și Ambergrombie & Fitch	Materiale audio-video, discuție pe baza materialelor de pregătit pentru seminar	2 ore
4 & 5. Analiza țărilor alese pentru analiză din pdv al dimensiunii valorilor culturale și corelarea acestora cu cele două tipuri de culturi de context ridicat și scăzut Momentele reglementării (politice, structurale, culturale) - campania eradicare a variolei (OMS), campania de imunizare a OMS	Materiale audio-video, discuție pe baza materialelor de pregătit pentru seminar	4 ore
6. Prezentarea unei grile de analiză și prezentarea modurilor în care această grilă a fost aplicată în analiza a două afișe produse în două contexte culturale diferite	Materiale audio-video, discuție pe baza materialelor de pregătit pentru seminar	2 ore
7. Analiza website-urilor companiilor multinaționale alese după grila de analiză	Materiale audio-video, discuție pe baza materialelor de pregătit pentru seminar	2 ore
8. Strategii online folosite în campanii de relații publice internaționale (Experimentul Gnome, Kern, Germania; campanii Silver Anvil Awards etc.)	Materiale audio-video, discuție pe baza materialelor de pregătit pentru seminar	2 ore
9 & 10. Analiza unor mișcări sociale la nivel internațional (Save the Artic, de ex.) – procese de cadraj	Materiale audio-video, discuție pe baza materialelor de pregătit pentru seminar	4 ore
11. Discutarea materialelor din bibliografie – campaniile unor corporații, afectarea identității organizaționale etc.	Materiale audio-video, discuție pe baza materialelor de pregătit pentru seminar	2 ore
12. Relațiile publice în America și Europa - Domeniul sănătate (UNICEF, Crucea Roșie)	Materiale audio-video, discuție pe baza materialelor de pregătit pentru seminar	2 ore
13 & 14. Prezentarea orală a portofoliilor realizate de studenți	Prezentări orale	4 ore

#### Bibliografie

Alaimo, K. (2017). Pitch, tweet, or engage on the street. How to Practice Global Public Relations. New York, NY: Routledge. Chapters – Global Public Relations for Corporations, Public Relations on Global Issues, The Global Media & Social Networks

Cmeciu, Camelia (2020). *Relații publice internaționale – între globalizare și glocalizare*. Iași: Institutul European.

Curtin, Patricia A., Gaither, T. Kenn (2008). *Relații publice internaționale – negocierea culturii, a identității și a puterii*. Radu Iason Martina (trad.). București: Curte Veche.

Hofstede, G., Hofstede G.J., Minkov, M. (2012). *Culturi și organizații. Softul mental*. Humanitas, pp. 116-132, pp. 164-175, pp. 195-208.

Kelleher, Tom (2018). *Public Relations*. New York: Oxford University Press, Chapter Global.

Turk, J. V. & Valin, J. (2017). *Public relations case studies from around the world*. New York, NY: Peter Lang.(Chapter 4 & Chapter 16)

Wilcox, Dennis L., Cameron, Glen T., Reber, H. B. (2015). *Public Relations: Strategies and Tactics*. Pearson. pp. 544-570 (Chapter – Global Public Relations in an Interdependent World)

Würtz, E. (2006). A cross-cultural analysis of websites from high-context cultures and low-context cultures. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(1), article 13.

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

- Participarea la analize comparative în ceea ce privește implementarea unor companii la nivel global și simularea unor campanii de promovare a României în străinătate.

## 10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Frecvență, parcurgerea bibliografiei, cunoașterea informației predate la curs	Examen scris	40%
10.5 Seminar/laborator	- Frecvență, elaborarea unor referate, teme de casă, teste, participarea la dezbateri la seminar - portofoliu ( analiza comparativă a modului de comunicare pt un produs și serviciu la nivel global + promovarea glocală a produsului/ serviciului în 2 țări)	Evaluare continuă	40% 20% (teste la seminar)
Cursul și seminarul se vor ține online, Microsoft teams.			
10.6 Standard minim de performanță Portofoliu – obligatoriu Examen – obligatoriu Se va rotunji nota finală. Rotunjirea se face astfel – dacă media este 4.25, atunci nota finală va fi 4. Dacă media este 4.50, nota finală va fi 5			
<b>NOTĂ!</b> 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.			

Data completării  
1.10.2020

Semnătura titularului de curs  
Prof.univ.dr.Camelia Cmeciu

Semnătura titularului de seminar  
Prof.univ.dr.Camelia Cmeciu

Data avizării în department

Semnătura șefului departament

.....

Prof.univ.dr. Raluca Radu