

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA DIN BUCUREȘTI
1.2 Facultatea/Departamentul	FACULTATEA DE JURNALIM ȘI ȘTIINȚELE COMUNICĂRII
1.3 Catedra	Antropologie Culturală și Comunicare
1.4 Domeniul de studii	Științele Comunicării
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Strategii de comunicare în relații publice		
2.2 Titularul activităților de curs	Mihaela Păun		
2.3 Titularul activităților de seminar	Mihaela Păun		
2.4 Anul de studiu	III	2.5 Semestrul	II
2.6 Tipul de evaluare	Verificare (proiect)	2.7 Regimul disciplinei	Opțională

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	2	din care: curs online	1	Seminar online	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	20	din care: curs online	10	Seminar online	10
Distribuția fondului de timp					Ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					30
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					30
Tutoriat					-
Examinări					20
Alte activități					5
3.7 Total ore studiu individual					105
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 în relații publice, Marketing, Introducere în publicitate, Introducere în sistemul mass-media, Introducere în semiotică, Introducere în teoria comunicării, Principii ale managementului de proiect, Tehnici de redactare în relații publice, Relații publice internaționale
4.2 de competențe	- Competențe digitale

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului online	Computere cu aplicații și platforme pentru cursuri în sistem online, acces la internet
5.2 de desfășurare a seminarului online	Computere cu aplicații și platforme pentru cursuri în sistem online, acces la internet

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	1. Propunerea și crearea de strategii de comunicare 2. Determinarea scopurilor și obiectivelor unei strategii
-------------------------	--

	<p>3. Argumentarea succesului și/ eșecului unor programe/strategii de comunicare</p> <p>4. Realizarea de planificări strategice pentru gestionarea unor disfuncționalități/probleme de comunicare</p>
Competențe transversale	<p>1. Rezolvarea în mod realist a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora</p> <p>2. Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și a adaptării la cerințele pieței muncii</p>

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei (este formulat în termeni de competențe profesionale)	<p>Familiarizarea studenților cu rolul și funcția comunicării strategice în relații publice.</p> <p>Seminarul reprezintă un mod de a pune studenții în situații reale de comunicare și a le oferi posibilitatea de a aplica teoria în viitoarea profesie.</p>
7.2 Obiectivele specifice	<p>La finalul acestui curs, studenții vor putea oferi consultanță pentru gestionarea strategiilor de comunicare</p> <p>Oferirea cadrului teoretic și practic pentru gestionarea unei strategii de comunicare în relații publice</p> <p>Realizarea de aplicații și analize practice în vederea aprofundării etapelor realizării unei strategii de relații publice</p>

8. Conținuturi

8.1 Curs online	Metode de predare	Observații
1. Prezentarea cursului, seminarului și a tematicilor; discutarea bibliografiei și a modalităților de evaluare. Imperativul comunicării strategice: aspecte introductive	Prelegerea; explicația; conversația	1 oră
2. Strategie, tactică, plan: definiții și paradigme	Prelegerea; explicația; conversația	1 oră
3. Rolul strategiei în domeniul relațiilor publice. Strategii și tactici: modele și tipologii. Studii de caz	Prelegerea; explicația; conversația	1 oră
4. Proiectarea mesajelor și strategii de concepere a lor	Prelegerea; explicația; conversația	1 oră
5. Identitate corporativă, imagine, branding, marketing: concepte, definiții și relaționarea lor cu strategiile de comunicare	Prelegerea; explicația; conversația	1 oră
6. Publicuri și etica strategiilor de comunicare în relații publice.	Prelegerea; explicația; conversația	1 oră
7. Strategii de comunicare în relația cu presa, strategii de rezolvare a problemelor (selectarea proiectelor finale)	Prelegerea; explicația; conversația	1 oră
8. Planificarea strategică în on-line și off-line. Evaluarea strategiilor de comunicare. Concluzii, discuții finale. Teme pentru proiecte.	Prelegerea; explicația; conversația	1 oră
9. Predarea proiectelor/analizelor. Susținerea online a proiectelor/analizelor.	Prelegerea; explicația; conversația	1 oră
10. Susținerea online a proiectelor/analizelor.	Prelegerea; explicația; conversația	1 oră

Bibliografie orientativă

Ali Moi (2001) – Effective Public relations, Dorling Kindersley Limited, London

Argenti Paul et. al. (2005) - The Strategic Communication Imperative, în The MIT Sloan Management Review, disponibil la adresa: <https://sloanreview.mit.edu/article/the-strategic-communication-imperative/>

Cmeciu Camelia (2013) – Tendințe actuale în campaniile de relații publice, Polirom, Iași

Coman Cristina (2009) - Comunicarea de criză, Polirom, Iași

Coman Cristina (2006) - Relații Publice – Principii și Strategii, Polirom, Iași

Coman Cristina (2004) - Relațiile publice și mass-media, Polirom, Iași

Dagenais Bernard (2003) – Campania de relații publice, Polirom, Iași

Guth David & Marsh Charles (2006) - Public Relations, a value-driven approach, third edition, Allyn & Bacon, New York

Kendall Robert (1992) – Public relations campaign strategies: Planning for implementation, HarperCollins Publishers, New York

Libaert Thierry (2009) – Planul de comunicare, Polirom, Iași Newsom Doug & Carrell Bob (2011) - Redactarea materialelor de relații publice, Polirom, Iași Newsom Doug, Van Slyke Turk, Judy, Kruckeberg, Dean (2010 - ediția a II-a), Totul despre relațiile publice, Polirom, Iași Oliver Sandra, (2009) Strategii de relații publice, Polirom, Iași Wilcox Dennis et al. (2009) - Relații publice. Strategii și tactici, Curtea Veche, București		
8.2 Seminar online	Metode de predare	Observații
1. Prezentarea cursului, seminarului și a tematicilor; discutarea bibliografiei și a modalităților de evaluare. Imperativul comunicării strategice: aspecte introductive	Explicația; problematizarea; studiul de caz; conversația	1 oră
2. Strategie, tactică, plan: definiții și paradigme	Explicația; problematizarea; studiul de caz; conversația	1 oră
3. Rolul strategiei în domeniul relațiilor publice. Strategii și tactici: modele și tipologii. Studii de caz	Explicația; problematizarea; studiul de caz; conversația	1 oră
4. Proiectarea mesajelor și strategii de concepere a lor	Explicația; problematizarea; studiul de caz; conversația	1 oră
5. Identitate corporativă, imagine, branding, marketing: concepte, definiții și relaționarea lor cu strategiile de comunicare	Explicația; problematizarea; studiul de caz; conversația	1 oră
6. Publicuri și etica strategiilor de comunicare în relații publice.	Explicația; problematizarea; studiul de caz; conversația	1 oră
7. Strategii de comunicare în relația cu presa, strategii de rezolvare a problemelor (selectarea proiectelor finale)	Explicația; problematizarea; studiul de caz; conversația	1 oră
8. Planificarea strategică în online și offline. Evaluarea strategiilor de comunicare. Concluzii, discuții finale. Teme pentru proiecte.	Explicația; problematizarea; studiul de caz; conversația	1 oră
9. Susținerea proiectelor/analizelor	Explicația; problematizarea; studiul de caz; conversația	1 oră
10. Susținerea proiectelor/analizelor	Explicația; problematizarea; studiul de caz; conversația	1 oră
Bibliografie orientativă Ali Moi (2001) – Effective Public relations, Dorling Kindersley Limited, London Argenti Paul et. al. (2005) - The Strategic Communication Imperative, în The MIT Sloan Management Review, disponibil la adresa: https://sloanreview.mit.edu/article/the-strategic-communication-imperative/ Cmeciu Camelia (2013) – Tendințe actuale în campaniile de relații publice, Polirom, Iași Coman Cristina (2009) - Comunicarea de criză, Polirom, Iași Coman Cristina (2006) - Relații Publice – Principii și Strategii, Polirom, Iași Coman Cristina (2004) - Relațiile publice și mass-media, Polirom, Iași Dagenais Bernard (2003) – Campania de relații publice, Polirom, Iași Guth David & Marsh Charles (2006) - Public Relations, a value-driven approach, third edition, Allyn & Bacon, New York Kendall Robert (1992) – Public relations campaign strategies: Planning for implementation, HarperCollins Publishers, New York Libaert Thierry (2009) – Planul de comunicare, Polirom, Iași Newsom Doug & Carrell Bob (2011) - Redactarea materialelor de relații publice, Polirom, Iași Newsom Doug, Van Slyke Turk, Judy, Kruckeberg, Dean (2010 - ediția a II-a), Totul despre relațiile publice, Polirom, Iași Oliver Sandra, (2009) Strategii de relații publice, Polirom, Iași Wilcox Dennis et al. (2009) - Relații publice. Strategii și tactici, Curtea Veche, București		
N.B.: Pentru susținerea proiectelor nu se va solicita reproducerea textelor din materialele studiate la curs, ci utilizarea informațiilor discutate pentru a răspunde la situații concrete care țin de strategiile de comunicare/de relații publice într-un cadru organizațional/instituțional		

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

La finalul cursului online studentele & studenții vor fi capabile/capabili să:

- definească rolul și funcția comunicării strategice în relații publice, marketing sau management,
- argumenteze de ce strategie înseamnă coerență și claritate,
- înțeleagă tipologiile strategiilor comunicaționale,
- aplice planificarea strategică în contemporaneitate (offline și online).

10.Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs online	Exemplificarea conceptelor teoretice		20%
10.5 Seminar online	Simularea organizării unei echipe de strategie		20%
	Simularea realizării unei strategii de comunicare pe o temă data		20%
	Proiect final/verificare		40%
10.6 Standard minim de performanță: predarea temelor și proiectelor respectând criteriile de evaluare și termenele.			

Data completării
30.09.2020

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

Data avizării în departament

Semnătura șefului departament

.....

.....