

FIȘA DISCIPLINEI

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	MASTER
1.6 Programul de studii/Calificarea	CAMPANII DE COMUNICARE ÎN PUBLICITATE ȘI RELAȚII PUBLICE

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Branding						
2.2 Titularul activităților de curs	coordonator de curs: PROF. UNIV. DR. Raluca RADU cadru didactic asociat: Ștefan CHIRIȚESCU						
2.3 Titularul activităților de seminar	cadru didactic asociat: Ștefan CHIRIȚESCU						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	1	2.6 Tipul de evaluare	Ex. oral	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	1	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	14	3.6 seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp					Ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					40
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					40
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					42
Tutoriat					9
Examinări					2
Alte activități					
3.7 Total ore studiu individual					133
3.9 Total ore pe semestru (3.4. + 3.7)					175
3.10 Numărul de credite					7

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Introducere in publicitate
4.2 de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	Acces internet, wireless
5.2 de desfășurare a seminarului/laboratorului	Acces internet, wireless

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	Utilizarea cunoștințelor de specialitate pentru explicarea și interpretarea unor situații și contexte din sfera jurnalismului politic și comunicării politice. Cunoașterea aprofundată a unor arii de specializare în domeniile relațiilor
-------------------------	---

	publice și publicității, mai precis activitatea de branding; utilizarea adecvată a limbajului profesional, a conceptelor specifice fiecărui tip de specializare și aplicarea acestora în practică Utilizarea cunoștințelor de specialitate în interpretarea campaniilor de relații publice și publicitate și a strategiilor de comunicare axate pe branding
Competențe transversale	Efectuarea unor sarcini profesionale individuale ori în echipă care să integreze/reflecte standarde profesionale în comunicarea comercială. Reflecția critică asupra evoluțiilor din domeniu și asupra propriei activități; disponibilitatea de adaptare la noile cerințe, la schimbările din profesie.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Familiarizarea studenților cu noțiunile specifice activității de branding Utilizarea strategiilor de branding în scopul îmbunătățirii imaginii unui produs sau serviciu
7.2 Obiectivele specifice	Elaborarea unui proiect de branding viabil și relevant pentru consumatori/ publicul țintă ales

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Branding. Arhitectura de brand	Curs magistral de câte 3 ore. Analiză de cazuri	2h
2. – 3. Modele strategice de branding		2h
4. Bias-uri cognitive și utilizarea lor în branding		2h
5. Extensiile de brand		2h
6. Vectorii de brand		2h
7. Branding în piețe emergente		2h
Bibliografie Bogdan, A., (2011). Branding pe frontul de est: despre reputație, împotriva curentului. Brandient. Fisher-Buttinger, C. & Vallaster, C. (2011) Noul branding : cum sa construiești capitalul unei mărci, Iași: Polirom. Olins W. (2006) Despre brand, București : Comunicare.ro. Olins W. (2009) Manual de branding, Vellant. Pringle, H. & Field P. (2011) Strategii pentru brandingul de succes : notorietatea si longevitatea unei mărci, Iași: Polirom.		
8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
8- 14. Seminar aplicativ pentru elaborarea unor proiecte de branding	Lucru în echipă	28h

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

Legislația românească prevede obligativitatea unui proces de reglementare transparent și discutarea publică a normelor și reglementărilor, înainte de adoptare. Companiile și organizațiile neguvernamentale care vor să protejeze interesele unor grupuri vulnerabile sau interese legitime economice sunt implicate în acest proces de discutare publică a proiectelor de lege prin intermediul activității de lobby. Prin urmare, înțelegerea proceselor și a tehnicilor democratice de influențare a procesului legislativ este esențială pentru un absolvent al unui masterat în jurnalism politic sau în campanii 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	Stăpânirea termenilor esențiali, relevanți pentru procesul legislativ național și european, și înțelegerea proceselor esențiale în campaniile de lobby	Test grilă intermediar	25%
10.5 Seminar/laborator	Elaborarea, în echipă, a unui	Prezentare orală a proiectului	75%

	proiect de branding pentru un produs, serviciu sau companie existente		
<p>10.6 Standard minim de performanță</p> <p>Înțelegerea și aplicarea corectă a conceptelor. Citare corectă.</p>			

Semnaturi

Data completării
28.09.2019

Ștefan CHIRIȚESCU

PROF. UNIV. DR. Raluca RADU

Data avizării în departament

1.10.2019

Semnătura șefului departament

.....