

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	Comunicare
1.4 Domeniul de studii	Științele comunicării
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	Relații publice/Publicitate

2.Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Comunicare interna						
2.2 Titularul activităților de curs	Prof univ dr Cristina Coman						
2.3 Titularul activităților de seminar	Prof univ dr Cristina Coman						
2.4 Anul de studiu	3	2.5 Semestrul	2	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					40
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					10
Tutoriat					8
Examinări					20
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	Introducere in RP, Tehnici de redactare in RP
4.2 de competențe	

5.Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	Studentii se vor prezenta la prelegeri, seminarii la ora fixate în Orar. 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 cursului prin dialoguri interpersonale, ascultarea muzicii, ieșirea și intrarea repetată în și din sală.
-------------------------------	---

5.2 de desfășurare a seminarului/laboratorului	
--	--

6.Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> - Identificarea și utilizarea principalelor teorii cu privire la segmentarea publicului țintă, la dinamica diverselor tipuri de audiență / public - Utilizarea corectă a principalelor metode, tehnici, tactici și strategii de comunicare; - Gestionarea situațiilor de comunicare, mediere, negociere și dezbateri publice cu ajutorul mijloacelor de informare publică - Aplicarea principiilor deontologice și a normelor etice care stau la baza organizării și funcționării activităților specifice domeniului - Întocmirea de planificări strategice pentru gestionarea unor disfuncționalități de comunicare și RP - Realizarea de portofolii cu privire la dimensiunea mediatică a unui act de informare și/sau comunicare profesionalizată - Aplicarea criteriilor, metodelor și modelelor de evaluare folosite în managementul comunicării și relațiilor publice (criteriile SMART, metoda SWOT, modelul Toulmin etc.)
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> - Capacitatea de a interpreta și explica fenomenele relațiilor publice pe baza cunoaștințelor referitoare la rolul comunicării de PR în viața socială, politică, economică, în plan local, național și internațional; - Cunoașterea metodelor de cercetare a proceselor de comunicare și a limitelor pe care fiecare din aceste metode le are în înțelegerea diversității și specificității formelor de comunicare și relații publice moderne; - Planificarea strategică a activității (documentare, concepere, elaborare produse, evaluare) și gestionarea ei cu ajutorul instrumentelor de comunicare disponibile; - Cunoașterea (critică) a proceselor de producție și a practicilor profesionale din câmpul relațiilor publice;

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Cursul își propune atât o abordare teoretică, prin prezentarea elementelor esențiale ale gestiunii crizelor (planuri de criză, strategii și tehnici de comunicare), cât și una aplicativă, prin studii de caz și simulări ale unor situații de gestionare a crizei. El vizează astfel dobândirea unui bagaj conceptual specific culturii profesionale a unui specialist în relații publice și stăpânirea deprinderilor de lucru esențiale pentru reușita în procesele de comunicare de criză.
7.2 Obiectivele specific	La sfârșitul semestrului, studentii trebuie să aibă :

	<ul style="list-style-type: none"> - capacitatea de a evalua fenomenele comunicaționale din organizații - capacitatea de a interpreta critic tendințele din dezbaterile contemporane asupra comunicării organizatoriale - capacitatea de a analiza comunicarea internă - abilitatea de a construi mesaje conforme cu rezultatele auditului de comunicare - abilitatea de a construi strategii de comunicare internă
--	--

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Cadrul teoretic general. Relațiile publice	Prelegere	1
2. Identitate, imagine, reputație	Prelegere; studii de caz	
3. Organizația și cultura organizațională	Prelegere	1
4. Comunicarea organizațională	Prelegere	
5. Tehnici de comunicare: construcția mesajului persuasiv	Prelegere; studii de caz	
6. 7. Comunicare internă: definiții, obiective, funcții, canale de comunicare, tipuri de comunicare internă	Prelegere; studii de caz	1
8. Planul de comunicare internă: strategii și tehnici	Prelegere; studii de caz	1
9. Mijloace de comunicare internă		
10. Analiza calitatii procesului de comunicare internă: auditul (caracteristici, tipologii)		1

Bibliografie minimală

Coman, Cristina, Relațiile publice: principia și strategii, Iasi, Polirom, 2008

Cornelissen, Joep, Corporate Communication: A guide to theory and practice, Sage, 2014, ed a IV-a

Hargie, Owen, Tourish Dennis, Auditing Organizational Communication. A Handbook of Research, Theory and Practice, Routledge, 2009, ed. a II-a

Melewar, T.C. Facets of Corporate Identity, Communication and Reputation, Routledge, 2008

Page T. Janis, Parnell J. Lawrence, Introduction to strategic public relations. Digital, global and socially responsible communication, Sage, 2019, ed a II-a

8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
7. Cadrul teoretic general. Relațiile publice	dezbateri	
8. Identitate, imagine, reputație	Dezbateri	
9. Organizația și cultura organizațională	Studii de caz	

10. Comunicarea organizațională	Studii de caz	
11. Tehnici de comunicare: construcția mesajului persuasiv	Simulare de situație	
12. 7. Comunicare internă: definiții, obiective, funcții, canale de comunicare, tipuri de comunicare internă	Simulare de situație	
11. Planul de comunicare internă: strategii și tehnici	Studii de caz	
12. Mijloace de comunicare internă	Simulare de situație	
13. Analiza calitatii procesului de comunicare internă: auditul (caracteristici, tipologii)		
13. Cadrul teoretic general. Relațiile publice		
14. Identitate, imagine, reputație		

Bibliografie

Coman, Cristina, Relațiile publice: principia si strategii, Iasi, Polirom, 2008

Cornelissen, Joep, Corporate Communication: A guide to theory and practice, Sage, 2014, ed a IV-a

Hargie, Owen, Tourish Dennis, Auditing Organizational Communication. A Handbook of Research, Theory and Practice, Routledge, 2009, ed. a II-a

Melewar, T.C. Facets of Corporate Identity, Communication and Reputation, Routledge, 2008

Page T. Janis, Parnell J. Lawrence, Introduction to strategic public relations. Digital, global and socially responsible communication, Sage, 2019, ed a II-a

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

Conform practicii curente in FJSC, pentru perfecționarea conținuturilor și adaptarea lor la tendințele actuale din domeniu, titularii disciplinei au organizat întâlniri periodice cu reprezentantii AFCOM (Asociația formatorilor din Jurnalism și Comunicare, cu reprezentanți ai ARP și CRP, 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 analiza a curriculei universitare in 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 relațiilor publice Cunoașterea principalelor modele teoretice din acest domeniu Dezvoltarea capacității de interpretare a fenomenelor din societate cu ajutorul	Test intermediar + Examen scris	Nota va fi rezultata din media urmatoarelor activitati a) seminar (teme, interventii, dezbateri, quiz), b) referat Media finală se încheie atunci când studenta/ul a obținut o notă peste 5

	conceptelor si teoriilor de referință		(cinci) la seminar și la examenul scris (referat).
10.5 Seminar/laborator	<p>Capacitatea studentului de sintetiza materia, de a analiza fenomenele mass media cu ajutorul conceptelor studiate, de a reflecta critic asupra fenomenelor sociale contemporane</p> <p>Progresele studentului de asimilare a materiei pe parcursul unui întreg an de studiu</p> <p>Gradul de implicare în dezbaterile din seminare</p>		Frecvența minimă la seminar este de 50% din totalul orelor alocate.
<p>10.6 Standard minim de performanță</p> <ul style="list-style-type: none"> - Capacitatea de a defini fenomenele cu ajutorul conceptelor de bază - Capacitatea de a identifica fenomenele din mass media care corespund, exemplifica, modelele teoretice studiate - Capacitatea de a comunica în mod clar și corect ideile 			

Data completării
20 ianuarie 2019

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

.....

Data avizării în
department

Semnătura șefului departament

.....

.....