**fişa disciplinei**

**1. Date despre program**

|  |  |
| --- | --- |
| 1.1 Instituţia de învăţământ superior | Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca |
| 1.2 Facultatea | Facultatea de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării |
| 1.3 Departamentul | Departamentul de Comunicare, Relații Publice și Publicitate |
| 1.4 Domeniul de studii | Științe ale Comunicării |
| 1.5 Ciclul de studii | Licență |
| 1.6 Programul de studiu / Calificarea | Comunicare și Relații Publice/ Publicitate |
| 1.7 Forma de învăţământ | Zi |

**2. Date despre disciplină**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 2.1 Denumirea disciplinei | | | Strategii de promovare a actorului politic | | | | | | |
| 2.2 Titularul activităţilor de curs | | | | | Prof. dr. Rus Flaviu Călin | | | | |
| 2.3 Titularul activităţilor de seminar | | | | | Asist. cercet. drd. Culic lorina | | | | |
| 2.4 Anul de studiu | 3 | 2.5 Semestrul | | 5 | | 2.6. Tipul de evaluare (E/C/V) | E/V | 2.7 Regimul disciplinei  (Felul disciplinei – DF, DS, DC;  Obligatoriu/optional – DO/DA) | DS  DO |

**3. Timpul total estimat** (ore pe semestru al activităţilor 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 învăţământ | 56 | | Din care: 3.5 curs | | 28 | 3.6 seminar/laborator | 8 |
| Distribuţia fondului de timp: | | | | | | | ore |
| Studiul după manual, suport de curs, bibliografie şi notiţe | | | | | | | 10 |
| Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate şi pe teren | | | | | | | 10 |
| Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii şi eseuri | | | | | | | 10 |
| Tutoriat | | | | | | | 10 |
| Examinări | | | | | | | 2 |
| Alte activităţi: .................. | | | | | | | 10 |
| 3.7 Total ore studiu individual | | 30 | |
| 3.8 Total ore pe semestru | | 56 | |
| 3.9 Numărul de credite | | 6 | |

**4. Precondiţii** (acolo unde este cazul)

|  |  |
| --- | --- |
| 4.1 de curriculum | * Nu este cazul |
| 4.2 de competenţe | * Nu este cazul |

**5. Condiţii** (acolo unde este cazul)

|  |  |
| --- | --- |
| 5.1 De desfăşurare a cursului | * Nu este cazul |
| 5.2 De desfăşurare a seminarului/laboratorului | * Nu este cazul |

**6. Competenţele specifice acumulate**

|  |  |
| --- | --- |
| **Competenţe profesionale** | * Cursul prezintă noțiunile fundamentale din domeniul comunicării și al PR-ului politic cum ar fi: definirea comunicării politice și elementele acesteia, tape ale comunicării politice, Managementul și marketing-ul campaniei electorale locale și generale, tipuri de campanii și tipuri de strategii electorale etc.. Studenții vor fi familiarizați cu modul de folosire a unor tehnici și instrumente promovare a imaginii actorilor politici, atât în ceea ce privește campaniile electorale, cât și în ceea ce privește folosirea acestor tehnici în perioadele extraelectorale. |
| **Competenţe transversale** | * Studenții se vor familiariza cu specificitățile strategiilor de formare și promovare a imaginii actorilor politici. Vor învăța să gestioneze munca în echipă și își vor dezvolta aptitudini analitice. |

**7. Obiectivele disciplinei** (reieşind din grila competenţelor acumulate)

|  |  |
| --- | --- |
| 7.1 Obiectivul general al disciplinei | * Asimilarea noțiunilor fundamentale de comunicare și PR politic precum și analiza aprofundarea principalelor strategii, tehnici și instrumente de creare și promovare a imaginii actorilor politici. |
| 7.2 Obiectivele specifice | * Formarea unei viziuni de ansamblu asupra comunicării și PR-ului. * Formarea unui sistem care să includă definiţii, reguli, modele. * Crearea unui limbaj de profil, în cadrul disciplinei. * Analiza principalelor tipuri de campanii de comunicare și PR politic de la nivel local și general. * Formarea unei baze de date necesare studierii şi aprofundării diferitelor subdomenii ale acestei discipline. * Analiza strategiilor de formar și promovare a imaginii actorilor politici. |

**8. Conţinuturi**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 8.1 Curs | Metode de predare | Observaţii |
| 1. Definiții ale comunicării politice – C1.    1. Def. Ghilezan    2. Def. Wolton | Prezentare orală/activități interactive | Se vor formula întrebări – se va răspunde la întrebări – tema1 |
| 1. Reguli și strategii ale comunicării politice – C2.    1. Strategia de proiectare    2. Strategia de aducere la cunoștința opiniei publice    3. Strategia verbală și non-verbală    4. Reguli: Păstrarea coerenței, adaptarea la prezent, crearea și menținerea unei identități proprii, coordonarea. | Prezentare orală/activități interactive | Se vor formula întrebări – se va răspunde la întrebări – tema2 |
| 1. Elemente și etape ale comunicării politice – C3. | Prezentare orală/activități interactive | Se vor formula întrebări – se va răspunde la întrebări – tema3 |
| 1. Factori facilitatori sau discordanți ai comunicării politice – C4.    1. Socio-culturali    2. Resurse materiale    3. Mass-media    4. Istorici    5. Politici | Prezentare orală/activități interactive | Se vor formula întrebări – se va răspunde la întrebări – tema4 |
| 1. Propaganda și comunicarea electorală – C5. Tipuri de propagandă:    1. albă    2. neagră    3. gri    4. războinică    5. pacifistă    6. naționalistă    7. antinaționalistă | Prezentare orală/activități interactive | Se vor formula întrebări – se va răspunde la întrebări – tema5 |
| 1. Marketingul și campania electorală – C6.    1. Definiții    2. Tipuri de electori | Prezentare orală/activități interactive | Se vor formula întrebări – se va răspunde la întrebări – tema6 |
| 1. Metode și tehnici de marketing aplicate în campania electorală – C7.    1. Tipuri de contacte dintre oamenii politici și cetățeni    2. Mijloace de promovare a imaginii actorilor politici    3. Afișul - caracteristici | Prezentare orală/activități interactive | Se vor formula întrebări – se va răspunde la întrebări – tema7 |
| 1. Campania electorală – C8.    1. Definiții    2. Tipologii ale campaniei electorale | Prezentare orală/activități interactive | Se vor formula întrebări – se va răspunde la întrebări – tema8 |
| 1. Perioada extraelectorală și electorală – C9.    1. sediul de campanie    2. nucleul operațional de campanie    3. recrutarea candidaților    4. construirea imaginii candidaților    5. sondarea opiniei publice    6. stabilirea agendei candidatului    7. bugetul | Prezentare orală/activități interactive | Se vor formula întrebări – se va răspunde la întrebări – tema9 |
| 1. Tehnici și strategii folosite în campania electorală – C10. | Prezentare orală/activități interactive | Se vor formula întrebări – se va răspunde la întrebări – tema10 |
| 1. Discursul, mesajul, sloganul – C11. | Prezentare orală/activități interactive | Se vor formula întrebări – se va răspunde la întrebări – tema11 |
| Bibliografie  Beciu Camelia, *politica discursivă. Practici politice într-o campanie electorală,* Editura Antet, București, 1996.  Bondrea A., *Sociologia opiniei publice și mass-media,* Editura Fundației ”România de mâine”, București, 1997.  Bulai Alfred., *Mecanismele electorale ale societății românești,*Editura Paideea, București, 1999.  Drăgan, I., *Opinia publică, comunicarea de masă și propaganda în societatea contemporană,* Editura științifică și enciclopedică, București, 1980.  Drăgan, I., Beciu, C., Dragomirescu, I., Marinescu, V., Perpelea, N., Rusu, D., Ștefănescu, S., *Construcția simbolică a câmpului electoral,* Editura Institutul European, Iași, 1998.  Ghilezan, Marius, *Cum să reușești în viața politică. Manual de campanie electorală, Editura* Active Vision, București, 2000.  Rus Flaviu Călin, *Evoluția procesului de comunicare de la forma interpersonală la cea politică și mediatică*, Editura Accent, 2005. | | |
| 8.2 Seminar / laborator | Metode de predare | Observaţii |
| 1. Introducere în cerinţele seminarului - Introducere şi obiective – prezentarea activităţii de seminar şi clarificarea unor noţiuni de bază | Prezentare orală/activități interactive | Profesorul va răspunde la întrebările studenților și îi va îndruma în elaborarea lucrărilor - tema1 |
| 2. Aplicabilitatea regulilor și strategiilor de comunicare politică | Prezentare orală/activități interactive | Profesorul va răspunde la întrebările studenților și îi va îndruma în elaborarea lucrărilor – tema2 |
| 3. Practici din cadrul etapelor comunicării politice | Prezentare orală/activități interactive | Profesorul va răspunde la întrebările studenților și îi va îndruma în elaborarea lucrărilor – tema3 |
| 4. Modalități prin care comunicarea politică e influențată de anumiți factori | Prezentare orală/activități interactive | Profesorul va răspunde la întrebările studenților și îi va îndruma în elaborarea lucrărilor – tema4 |
| 5. Exerciții de recunoaștere a diferitelor tipuri de propagandă din cadrul mai multor campanii electorale | Prezentare orală/activități interactive | Profesorul va răspunde la întrebările studenților și îi va îndruma în elaborarea lucrărilor – tema5 |
| 6.Caracterisiti ale principalelor tipuri de electori împărțirea bazinului electoral în mai multe grupuri țintă | Prezentare orală/activități interactive | Profesorul va răspunde la întrebările studenților și îi va îndruma în elaborarea lucrărilor – tema6 |
| 7. Realizare practică de afișe electorale print și online | Prezentare orală/activități interactive | Profesorul va răspunde la întrebările studenților și îi va îndruma în elaborarea lucrărilor – tema7 |
| 8. Recunoașterea tipologiilor de campaniei electorală pe baza analizei unor campanii reale | Prezentare orală/activități interactive | Profesorul va răspunde la întrebările studenților și îi va îndruma în elaborarea lucrărilor – tema8 |
| 9. Realizarea unui plan de campanie electorală cu toate caracteristicile acestuia | Prezentare orală/activități interactive | Profesorul va răspunde la întrebările studenților și îi va îndruma în elaborarea lucrărilor – tema9 |
| 10. Recunoașterea principalelor strategii folosite, pe baza analizei unor campanii electorale reale | Prezentare orală/activități interactive | Profesorul va răspunde la întrebările studenților și îi va îndruma în elaborarea lucrărilor - tema10 |
| 11. Realizarea de discursuri, mesaje electorale , precum și a unor tipuri de slogan electoral | Prezentare orală/activități interactive | Profesorul va răspunde la întrebările studenților și îi va îndruma în elaborarea lucrărilor - tema11 |
| Bibliografie  Beciu Camelia, *politica discursivă. Practici politice într-o campanie electorală,* Editura Antet, București, 1996.  Bondrea A., *Sociologia opiniei publice și mass-media,* Editura Fundației ”România de mâine”, București, 1997.  Bulai Alfred., *Mecanismele electorale ale societății românești,*Editura Paideea, București, 1999.  Drăgan, I., *Opinia publică, comunicarea de masă și propaganda în societatea contemporană,* Editura științifică și enciclopedică, București, 1980.  Drăgan, I., Beciu, C., Dragomirescu, I., Marinescu, V., Perpelea, N., Rusu, D., Ștefănescu, S., *Construcția simbolică a câmpului electoral,* Editura Institutul European, Iași, 1998.  Ghilezan, Marius, *Cum să reușești în viața politică. Manual de campanie electorală, Editura* Active Vision, București, 2000.  Rus Flaviu Călin, *Evoluția procesului de comunicare de la forma interpersonală la cea politică și mediatică*, Editura Accent, 2005. | | |

**9. Coroborarea conţinuturilor disciplinei cu aşteptările reprezentanţilor comunităţii epistemice, asociaţiilor profesionale şi angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului**

|  |
| --- |
| * Conținutul disciplinei a fost coroborat cu așteptările reprezentanților asociațiilor profesionale in concordanța cu cumulul de informații necesar unui consilier pe probleme de relații publice specializat în domeniul politic. |

**10. Evaluare**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Tip activitate | 10.1 Criterii de evaluare | 10.2 metode de evaluare | 10.3 Pondere din nota finală |
| 10.4 Curs | Subiecte cu pondere în nota finală | Examen | 66% |
|  |  |  |
| 10.5 Seminar/laborator | Lucrare scrisă – analiza conținutului științific, a aparatului critic și a celui metodologic | Verificare | 33% |
|  |  |  |
| 10.6 Standard minim de performanţă | | | |
| * Pentru a promova examenul studentul trebuie sa facă dovada cunoștințelor materiei cel puțin de nota 5. | | | |

Data completării Semnătura titularului de curs Semnătura titularului de seminar

Septembrie 2019 ............................... ...................................

Data avizării în departament Semnătura directorului de departament

........................................... …............................