

**PROGRAMAREA EXAMENELOR
COMUNICARE ȘI RELAȚII PUBLICE ID**

ANUL I	DATA	ORA	SALA
Comunicare publicitară	17.06	12	101
Comunicare verbală și nonverbală	18.06	12	V/2
Comunicare publică	24.06	9	V/2
Limba engleză (scris + oral)	24.06	11	pt scris V/2 si pt oral IV/3 si IV/6
Comunicare interpersonală – examen oral	1.07	9	IV/3 si IV/6
Introducere în studiile de conflict	Vezi detalii mai jos		

ANUL II	DATA	ORA	SALA
PR și comunicare în sectorul politic	17.06	10	V/2
Managementul relațiilor mass-media	18.06	11	101
Tehnici și instrumente de PR și Publicitate	24.06	14	V/2
PR online	Vezi detalii mai jos		
Strategii de publicitate	Vezi detalii mai jos		
Practică profesională– raport de practica si adeverinta	la Departamentul IDIFR sau scanate pe adresa cadar@fspac.ro pana la data de 30 iunie 2017		

ANUL III	DATA	ORA	SALA
Tehnici avansate de comunicare	27.05	10	V/2
Politici publice	28.05	16	V/2
PR online	Vezi detalii mai jos		
Etică și legislație CRP	Vezi detalii mai jos		
Branding instituțional	Vezi detalii mai jos		

Restante pentru an III si prelungire de studii

	DATA	ORA	SALA
Branding instituțional	Vezi detalii mai jos		
Comunicare interpersonală	9.06 / 15.06	14 / 9	101 / IV/5
Comunicare publica	27.05 / 16.06	9	II/4
Comunicare publicitara	30.05 /17.06	17/12	101
Comunicare verbală și nonverbală	7.06/ 18.06	13/12	101/V/2
Economie politica	10.06 / 18.06	10	III/4 / V/2
Etică și legislație CRP	Vezi detalii mai jos		
Introducere în studiile de conflict	Vezi detalii mai jos		
Limba engleza (scris + oral)	9.06 / 12.06	16 / 10	II/1 / IV/3
Managementul mass-media	8.06 / 18.06	9 / 11	III/1 / 101
Politici publice			
PR online	Vezi detalii mai jos		
PR și comunicare în sectorul politic	9.06 /17.06	8 / 10	II/1 / V/2
Practică profesională – restanta din anul II– raport de practica si adeverinta	la Departamentul IDIFR sau scanate pe adresa cadar@fspac.ro pana la data de 8 iunie - sesiunea normala si 16 iunie – sesiunea de restante		
Strategii de publicitate	Vezi detalii mai jos		
Tehnici avansate de comunicare	14.06	14	III/2
Tehnici și instrum.de PR și Publicitate	31.05 / 14.06	14	101 / III/2

Examenul pentru cursul de **Introducere in Studiile de Conflict** va consta in redactarea unui eseu bazat pe materia din suportul de curs (il gasiti pe platforma Moodle) si prezentata la cele doua intalniri de curs.

Eseul trebuie sa contina urmatoarele:

1. Descrierea unui conflict real (trait de dumneavoastra, intamplat in familie sau cercul de prieteni, citit sau vazut in mass-media).
2. Odata descris conflictul, va rog sa-mi descrieti si sa analizati structura acestui conflict.
3. Odata ajunsi la ultimul element de structura - rezolutia, va rog sa-mi descrieti cum ar fi putut fi rezolvat conflictul prezentat prin intermediul negocierii principale.

Data limita de predare a eseului este :

- **pentru studentii din anul III si prelungire de studii cu restanta la aceasta disciplina: 11 iunie (sesiune normala) si 18 iunie (sesiune de restante)**
- **pentru anul I si pentru studentii din anul II cu restanta la aceasta disciplina: 15 iunie (sesiune normala) si 4 septembrie (sesiune de restante)**

Adresa de e-mail unde va rog sa va trimiteti lucrarile este ciprian.sandu@fspac.ro.

In cazul in care aveti nelamuriri sau intrebari suplimentare, ma puteti contacta pana atunci la adresa mai sus mentionata.

Strategii de publicitate

- Reaction papers/Recenzie – 4 puncte

- o Se pot realiza 2 reaction papers (fiecare a cate 2 punct) pentru doua articole stiintifice SAU o recenzie (4 puncte) a unei carti in domeniul strategiilor de publicitate
- o Reaction papers sau recenzia se realizeaza individual
- o *Reaction papers* pot fi realizate pe baza oricaror articole stiintifice din bibliografia cursului
- o Un *reaction paper* implica citirea integrala a unui articol stiintific (dintre cele trimise de catre titularul de curs), realizarea unui rezumat al acestuia si comentarea argumentata a ideilor din text (ex. pro sau contra). Studentii trebuie sa isi exprime opinia asupra articolului si trebuie sa apere aceasta opinie
- o Un reaction paper are aproximativ 1,5-2 pagini
- o O recenzie are aproximativ 4 pagini

o *Reaction papers* sau recenzia vor fi trimise prin email pana in **7 Iunie 2017, pe adresa iancu@fspac.ro – anul II**

Studentii din anul III si prelungire de studii, care au restanta/ex de diferenta la aceasta disciplina vor trimite ***Reaction papers* sau recenzia** prin email pana in **7 Iunie 2017- in sesiunea normala si pana in 18 iunie – in sesiunea de restante, pe adresa iancu@fspac.ro**

- Proiect de grup – 6 puncte

- o Un grup poate avea maxim 3 persoane (proiectele individuale sunt permise)
- o Fiecare echipa va juca rolul unei agentii de publicitate si va realiza un proiect de strategie publicitara care va cuprinde urmatoarele parti:
 - _ obiectivele campaniei publicitare
 - _ delimitarea grupului tinta
 - _ studiul de piata (analiza concurentei si analiza consumatorului)
 - _ mixul de marketing
 - _ pozitionarea

- _ submixul publicitar
- _ planul media
- _ partea creativa a campaniei (nu este nevoie de realizarea unui spot. Este suficient daca se creeaza un print sau daca se mentioneaza povestea reclamei)
- _ unique selling proposition
- _ estimarea bugetului
- _ realizarea orientativa a evaluarii – cum am putea masura daca obiectivele au fost atinse).

o Proiectul va fi predat pe email pana in data de **7 Iunie 2017, pe adresa iancu@fspac.ro - anul II**

Studentii din anul III si prelungire de studii, care au restanta/ex de diferenta la aceasta disciplina vor trimite **Proiectul** prin email pana in **7 Iunie 2017- in sesiunea normala si pana in 18 iunie – in sesiunea de restante, pe adresa iancu@fspac.ro**

o **Tema** proiectului:

- _ Realizarea unei strategii de promovare a unui produs comun si uzual, care, de obicei, **nu este promovat** – la alegere, unul dintre urmatoarele produse: scobitori, hartie de scris, coperti de caiet pentru scoala, hartie de impachetat cadouri, capse, ascutitoare, pesmet, borcane, sosete de culori diferite etc.
- _ Se pot alege produse care nu sunt in lista de mai sus, cu mentiunea sa fie produse pentru care nu se face promovare.

NOTA: Orice forma de plagiat (insusirea/copierea indeilor unei alte persoane, fara a face referire la sursa, atat in text cat si la bibliografie) duce la sanctionarea studentului/grupului respectiv prin pierderea intregului punctaj.

PR online

Pentru examen studenții sunt rugați să conceapă un proiect de promovare online pentru o afacere fictivă (sau existentă dacă deja dețin una). Proiectul trebuie să conțină o descriere detaliată a produselor vândute sau a serviciilor oferite (cei 4P), o descriere detaliată a publicului țintă și două campanii organice de promovare în social media: una pe Facebook Business și una pe oricare altă platformă socială online. Campaniile trebuie să reprezinte concluzia alegerii produsului sau serviciilor promovate, dar și a publicului țintă ales. Va fi punctat nivelul de detalii dat la fiecare din cele 4 etape (1 – produsul sau serviciul; 2 – publicul țintă; 3 – Facebook Business; 4 – altă platformă socială). Nu există un număr minim de pagini. Pentru întrebări mă găsiți la adresa de e-mail spoaller@fspac.ro

Pentru anul II - Proiectul trebuie trimis pe adresa spoaller@fspac.ro pana la data de 25.06.2017

Pentru anul III si prelungire de studii - Proiectul trebuie trimis pe adresa spoaller@fspac.ro pana la data de 10 iunie- in sesiunea normala si pana in 17 iunie – in sesiunea de restante.

Branding instituțional

Realizarea unei analize de brand și propunerea unei strategii de branding pentru o instituție publică la alegere.

Structura proiectului

1. Introducere

ü Prezentarea cadrului general și a temei. Literature review – 3 articole din reviste aflate în baze de date internaționale, despre brand și branding și branding instituțional (3 pag.)

2. Prezentarea instituției publice alese

ü Prezentare generală a instituției – scurtă, concisă, sintetică; după forma unui “company profile”: Prezentarea instituției (scurtă descriere, structura organizatorică pe departamente, specializări, linii de studiu, număr de studenți etc.); Un scurt istoric (dacă este instituție cu vechime); Viziune, misiune, valori (dacă există); Echipa managerială (se pot include și parteneriate internaționale); Proiecte importante (deosebite prin creativitate sau prin succesul înregistrat – conferințe internaționale, proiecte de business, CSR etc); Datele de contact ale instituției (telefon, fax, adresă de e-mail, adresă poștală (max. 10 pag.)

3. Prezentarea design-ului de cercetare

ü Descrierea demersului științific: analizarea unor elemente de: identitate vizuală (logo, siglă, culori) slogan, poziționare, campanii de comunicare și promovare;*realizarea unei analize de conținut* Specificați limitele spațiale ale cercetării voastre – nu este nimic rușinos în a recunoaște că cercetarea voastră are anumite limite pe care vi le asumați; (2-3 pag.).

4. Ilustrarea și interpretarea rezultatelor cercetării - Interpretarea rezultatelor În cadrul acestei analize trebuie să se regăsească în mod obligatoriu aspecte legate de: identitate vizuală (logo, siglă, culori), slogan, poziționare, strategii și campanii de comunicare/promovare. Pe baza rezultatelor realizați și o analiză SWOT a instituției alese. (min. 3-4 pag.)

5. Propunerea unei strategii de branding

ü folosindu-vă de analiza SWOT va trebui să propuneți o strategie de branding sau o strategie de revitalizare de brand sau chiar un rebranding (dacă considerați că e cazul). (3 pag).

ü Strategia trebuie să conțină următoarele etape:

- a) Identificarea problemelor;
- b) Stabilirea obiectivelor
- c) Stabilirea domeniilor strategice (puncte forte ale instituției care pot fi dezvoltate).
- d) Implementarea strategiei de branding– programe, atitudini, și acțiuni care să pună în valoare brand-ul instituției. Aici puteți include și elementele de identitate vizuală (propuneri din partea voastră).

6. Bibliografie

Lucrarea se predă în forma printată până la data de 7 iunie, ora 12, la Departamentul ID (sesiunea normală) și 16 iunie, ora 12, la Departamentul ID (sesiunea de restante).

Etică și legislație în CRP

- Pe parcursul semestrului așteptăm ca studenții să aibă o participare activă în cadrul cursurilor, toate intervențiile lor fiind luate în considerare ca parte a notei lor finale (**până la 3 puncte**).
- **Pana în data de 9 iunie ora 12 (sesiunea normală) și 12 iunie ora 12 (sesiunea de restante) studenții vor predă la Departamentul IDIFR pe un CD 3 exemple de materiale în care sînt prezente încălcări ale eticii în comunicare. Unul dintre exemple este analizat pe 2 pagini (Times 12; 1,5). Materialele și textul analizei se pun pe CD iar textul analizei va fi pedat și printat. Materialele *nu* pot fi trimise prin email. (**până la 6 puncte**)**
- Studenții vor fi notați și dacă publică într-o revistă de specialitate sau în presa culturală o recenzie la o carte pe teme legate de tematica întâlnirilor. Recenzia deja publicată se predă înainte de încheierea perioadei de sesiune de examene. (**3 puncte**).
- Studenții primesc din oficiu **1 punct**.
- Pentru nota 5 trebuie să adune 5 puncte, pentru nota 10 trebuie să adune 10 puncte.
- Pentru restanță cerințele sînt aceleași ca pentru sesiunea obișnuită, doar că activitățile prevăzute ca evaluare pe parcurs trebuie desfășurate pe parcursul semestrului.