

**FIȘA DISCIPLINEI
PR și autoevaluare**

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior: UNIVERSITATEA BABEȘ-BOLYAI
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 studii: COMUNICARE ȘI RELAȚII PUBLICE

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei - PR și autoevaluare							
2.2 Titularul activităților de curs – Lector dr. Corina Rotar (Boie)							
2.3 Titularul activităților de seminar/stagii/lp- Lector dr. Corina Rotar (Boie)							
2.4 Anul de studii III (Trei)	2.5 Semestrul I (întâi)	2.6 Tipul de evaluare	Colocviu	2.7 Regimul disciplinei	OPT		

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 (lp) /stagii	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar / laborator (lp) /stagii	14
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					1 h/sapt
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					2h/ sapt
Pregătire seminarii / laboatoare, teme, referate, portofolii și eseuri					2 h/sapt
Tutorial					2 h/ sapt
Examinări					
Alte activități					1 h/ sapt
3.7 Total ore de studiu individual	11 h / sapt				
3.9 Total ore pe semestru	154 h / semestru				
3.10 Numărul de credite	5				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Înscrierea la cursul de PR și autoevaluare este recomandată după parcurgerea cursurilor de Introducere în comunicare și Relații Publice (an I, sem I), Baze PR (an II, sem I) și Tehnici și instrumente de PR și Publicitate (an II, sem II). Se recomandă consultarea și reactualizarea cunoștințelor prezentate la cursurile menționate anterior.
4.2 de competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Înscrierea unui număr minim de 25 de studenți
5.2. de desfășurare a seminarului / laboratorului	Participarea activă în cadrul orelor de seminar și realizarea și prezentarea proiectelor de seminar individuale sau de echipă propuse de către cadrul didactic

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>Explicarea conceptuală a situațiilor de comunicare și a problemelor de specialitate din domeniu.</p> <p>Descrierea tipurilor diferite de audiență / public implicate în comunicare</p> <p>Realizarea și promovarea unui produs de PR și a unei campanii de PR care presupun sarcini de complexitate medie.</p> <p>Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC), inclusiv a <i>new media</i>.</p>
Competențe transversale	<p>Abilități de lucru în echipă.</p> <p>Abilități de comunicare orală și scrisă.</p> <p>Abordarea în mod realist - cu argumentare atât teoretică, cât și practică - a unor situații-problemă complexe, cu grad mediu de complexitate, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora</p> <p>Elaborarea unui proiect de specialitate sau cel puțin a unei părți a unui asemenea proiect, aplicând atât cunoștințe, teorii și metode de diagnoză și intervenție, cât și norme și principii de etică profesională.</p> <p>Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice.</p>

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Cunoașterea principalelor probleme legate de activitatea de evaluare și autoevaluare a muncii de PR.
7.2 Obiectivele Specifice	Familiarizarea studenților cu termenul de perspectivă relațională a PR-ului. Identificarea celor mai eficiente modalități prin care specialistul în relații publice își poate autoevalua munca. Identificarea posibilităților de măsurare a succesului sau eșecului relațiilor pe termen lung, ca rezultat datorat, în mare măsură, eforturilor de relații publice.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Noțiuni introductive legate de ceea ce înseamnă relațiile publice	Prezentare orală + multimedia	2 h
2. Activități specifice relațiilor publice	Prezentare orală + multimedia	2 h
3. Rolul relațiilor publice	Prezentare orală + multimedia	2 h
4. Responsabilitățile specialiștilor PR	Prezentare orală + multimedia	2 h
5. Noi paradigme în domeniul relațiilor publice	Prezentare orală + multimedia	2 h
6. Teoria managementului relației	Prezentare orală + multimedia	2 h
7. Funcția integrativă a relațiilor publice (1)	Prezentare orală + multimedia	2 h

8. Funcția integrativă a relațiilor publice (2)	Prezentare orală + multimedia	2 h
9. Sistemul de comunicare internă și cultura organizațională	Prezentare orală + multimedia	2 h
10. Eficiență organizațională	Prezentare orală + multimedia	2 h
11. Management organizațional	Prezentare orală + multimedia	2 h
12. Rolul angajaților în managementul relațiilor	Prezentare orală + multimedia	2 h
13. Metode concrete de măsurare a eficienței muncii de relații publice	Prezentare orală + multimedia	2 h
14. Recapitulare	Prezentare orală + multimedia	2 h

Bibliografie

Bibliografie obligatorie:

- Ehling, William P. „Estimating the Value of Public Relations and Communication to an Organization” în James E. Grunig (coord.). *Excellence in Public Relations and Communications Management*, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1992.
- Hon, Linda Childers, James E. Grunig. „Guidelines for Measuring Relationships in Public Relations,” în *Institute for Public Relations*, 1999.
- Newsom, Doug, Judy VanSlyke Turk, Dean Kruckeberg. *Totul despre relațiile publice*, Ed. Polirom, Iași, 2003.

Bibliografie facultativă:

- Bruning, Stephen D., John A. Ledingham. „Relationships Between Organizations and Publics: Development of a Multi-Dimensional Organization-Public Relationships Scale”, în *Public Relations Review*, vol. 25, no. 2, 1999.
- Cutlip, Scott M., Allan H. Center, Glen M. Broom. *Effective Public Relations*, 7-th edition, NJ: Prentice Hall, 1994.
- David, George. *Relații Publice*, ediția a II-a, revăzută și adăugită, Ed. Oscar Print, București, 2003.
- Dozier, David M., Larissa Grunig, James Grunig. *Manager's Guide to Excellence in Public Relations and Communication Management*, Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, Mahway, NJ, 1995.
- Hon, Linda Childers, James E. Grunig. „Guidelines for Measuring Relationships in Public Relations,” în *Institute for Public Relations*, 1999.

8.2 Seminar / Laborator/Lucrări practice/Stagii	Metode de predare	Observații
1. Introducere în cerințele seminarului	C.1. Prezentare obiective și cerințe. Noțiuni introductive despre PR – definiții, scurt istoric, evoluție, tendințe; rolul consilierului PR într-o organizație;	2 ore

2. Activități specifice relațiilor publice – studii de caz și activități practice	C2. Prezentarea concretă a activităților specifice muncii de PR. 2.1 Cadru didactic va pune la dispoziția studenților exemple de materiale realizate de specialiști PR: comunicate de presă, planuri de organizare pentru conferințe de presă etc. 2.2. Studenților li se va cere realizarea schematică a unor activități de PR.	4 ore
3. Rolul și responsabilitățile specialiștilor PR	C3. Expunerea diferitelor puncte de vedere și discutarea lor în cadrul seminarului	2 ore
4. Aprofundarea noțiunilor de management al relațiilor și teorie relațională	C4. Discuția va fi susținută de studii de caz furnizate de cercetătorii americani în studiul <i>Excellence in Public Relations and Communication Management</i> , Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, Mahway, NJ, 1995	2 ore
5. Aprofundarea și exemplificarea noțiunii de autoevaluare a muncii de PR	C5. Prezentarea a diferite modalități de a măsura și justifica valoarea muncii de PR 5.1. Studenților li se va cere să exemplifice cum se poate măsura valoarea relațiilor publice, în diferite studii de caz furnizate de către cadrul didactic.	2 ore
6. Recapitulare	C6. Prezentare PowerPoint cu noțiunile discutate pe parcursul semestrului și discuții pe studii de caz.	2 ore

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

Pentru ca relațiile publice să fie prețuite în cadrul organizațiilor, practicienii trebuie să fie capabili să demonstreze că eforturile lor contribuie la obiectivele acestor organizații construind relații comportamentale pe termen lung cu publicurile strategice.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
----------------	---------------------------	-------------------------	------------------------------

10.4 Curs	evaluarea cunoștințelor acumulate și a înțelegerii acestora prin modul în care sunt utilizate - evaluarea modului în care este utilizată terminologia specifică	Teste scrise	70%
10.5 Seminar / laborator/lp/stagii	Efectuarea unei cercetări individuale prin care să se evidențieze rolul relațiilor publice în crearea unei imagini pozitive.	Prezentarea cercetării.	30%
10.6 Standard minim de performanță			
Parcurgerea celor două forme de evaluare expuse la punctual 10.4 si 10.5			

Data completării

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar/lp

01.10 .2018




Data avizării în Departament
02.10.2018