**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 |
| 1.7 Forma de învăţământ | Zi |

**2. Date despre disciplină**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 2.1 Denumirea disciplinei | | | **PR şi autoevaluare** | | | | | | |
| 2.2 Titularul activităţilor de curs | | | | | **Lect. dr. Corina Rotar** | | | | |
| 2.3 Titularul activităţilor de seminar | | | | | Lect. dr. Corina Rotar | | | | |
| 2.4 Anul de studiu | 3 | 2.5 Semestrul | | 1 | | 2.6. Tipul de evaluare | C | 2.7 Regimul disciplinei | OPT |

**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 | 28 |
| Distribuţia fondului de timp: | | | | | | | ore |
| Studiul după manual, suport de curs, bibliografie şi notiţe | | | | | | | 16 |
| Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate şi pe teren | | | | | | | 20 |
| Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii şi eseuri | | | | | | | 14 |
| Tutoriat | | | | | | | 8 |
| Examinări | | | | | | |  |
| Alte activităţi: .................. | | | | | | |  |
| 3.7 Total ore studiu individual | | 50 | |
| 3.8 Total ore pe semestru | | 56 | |
| 3.9 Numărul de credite | | 5 | |

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

|  |  |
| --- | --- |
| 4.1 de curriculum | Înscrierea la cursul de PR şi autoevaluare este condiţionată de parcurgerea cursurilor de Introduce în comunicare şi Relaţii Publice (an I, sem I), Baze PR (an II, sem I) şi Tehnici şi instrumente de PR şi Publicitate (an II, sem II). Se recomandă consultarea şi reactualizarea cunoştinţelor prezentate la cursurile menţionate anterior. |
| 4.2 de competenţe |  |

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

|  |  |
| --- | --- |
| 5.1 De desfăşurare a cursului | Înscrierea unui număr minim de 25 de studenţi |
| 5.2 De desfăşurare a seminarului/laboratorului | Participarea activă în cadrul orelor de seminar şi realizarea şi prezentarea proiectelor de seminar individuale sau de echipă propuse de către cadrul didactic |

**6. Competenţele specifice acumulate**

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

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

|  |  |
| --- | --- |
| 7.1 Obiectivul general al disciplinei | Cunoaşterea principalelor probleme legate de activitatea de evaluare şi autoevaluare a muncii de PR |
| 7.2 Obiectivele specifice | Familiarizarea studenţilor cu termenul de perspectivă relaţională a PR-ului.  Identificarea celor mai eficiente modalităţi prin care specialistul în relaţii publice îşi poate autoevalua munca.  Identificarea posibilităţilor de măsurare a succesului sau eşecului relaţiilor pe termen lung, ca rezultat datorat, în mare măsură, eforturilor de relaţii publice. |

**8. Conţinuturi**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 8.1 Curs | Metode de predare | Observaţii |
| 1. Noţiuni introductive legate de ceea ce înseamnă relaţiile publice | Prezentare orala + multimedia |  |
| 2. Activităţi specifice relaţiilor publice | Prezentare orala + multimedia |  |
| 3. Rolul relaţiilor publice | Prezentare orala + multimedia |  |
| 4. Responsabilităţile specialiştilor PR | Prezentare orala + multimedia |  |
| 5. Noi paradigme în domeniul relaţiilor publice | Prezentare orala + multimedia |  |
| 6. Teoria managementului relaţiei | Prezentare orala + multimedia |  |
| 7. Funcţia integrativă a relaţiilor publice (1) | Prezentare orala + multimedia |  |
| 8. Funcţia integrativă a relaţiilor publice (2) | Prezentare orala + multimedia |  |
| 9. Sistemul de comunicare internă şi cultura organizaţională | Prezentare orala + multimedia |  |
| 10. Eficienţă organizaţională | Prezentare orala + multimedia |  |
| 11.Management organizaţional | Prezentare orala + multimedia |  |
| 12. Rolul angajaţilor în managementul relaţiilor | Prezentare orala + multimedia |  |
| 13. Metode concrete de măsurare a eficienţei muncii de relaţii publice | Prezentare orala + multimedia |  |
| 14. Recapitulare | Prezentare orala + multimedia |  |
| Bibliografie  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.  Chen, X., S. Tsui, L. Farh. „Loyalty to supervisor vs. organizational commitment: Relationship with the performance of Chinese employees”, *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 75, 2002.  Ehling, William P. „Estimating the Value of Public Relations and Communication to an Organization” în James E. Gruning (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 relaţiile publice*, Ed. Polirom, Iaşi, 2003.  Rotar, Corina. Relaţiile publice şi teoria relaţională. Perspective instituţionale, Ed. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca, 2014  Wilcox, Dennis, Glen Cameron, Phillip Ault, Warren Agee. *Relaţii publice: strategii şi tactici*, traducere coordonată de Ion Vaciu şi Roxana Onea, Ed. Curtea Veche Publishing, Bucureşti, 2009 | | |
| 8.2 Seminar / laborator | Metode de predare | Observaţii |
| 1. Introducere în cerinţele seminarului | Discuţii şi dezbateri |  |
| 2. Activităţi specifice relaţiilor publice – studii de caz şi activităţi practice | Discuţii şi dezbateri |  |
| 3. Realizarea schematică a unor activităţi de PR | Discuţii şi dezbateri |  |
| 4. Rolul şi responsabilităţile specialiştilor PR | Discuţii şi dezbateri |  |
| 5. Aprofundarea noţiuniilor de management al relaţiilor şi teorie relaţională | Discuţii şi dezbateri |  |
| 6. Aprofundarea şi exemplificarea noţiunii de autoevaluare a muncii de PR | Discuţii şi dezbateri |  |
| 7. Prezentarea a diferite modalităţi de a măsura şi justifica valoarea muncii de PR | Discuţii şi dezbateri |  |
| 8. Măsurarea valorii relaţiilor publice, în diferite studii de caz | Discuţii şi dezbateri |  |
| 9. Managementul relaţiilor. Studii de caz | Discuţii şi dezbateri |  |
| 10. Prezentarea proiectelor de seminar | Discuţii şi dezbateri. Prezentări orale |  |
| 11. Prezentarea proiectelor de seminar | Discuţii şi dezbateri. Prezentări orale |  |
| 12. Prezentarea proiectelor de seminar | Discuţii şi dezbateri. Prezentări orale |  |
| 13. Prezentarea proiectelor de seminar | Discuţii şi dezbateri. Prezentări orale |  |
| 14. Recapitulare | Discuţii şi dezbateri |  |
|  |  |  |
| Bibliografie  Cutlip, Scott M., Allan H. Center, Glen M. Broom. *Effective Public Relations*, 7-th edition, NJ: Prentice Hall, 1994.  David, George. *Relaţii Publice*, ediţia a II-a, revăzută şi adăugită, Ed. Oscar Print, Bucureşti, 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.  Finnie, W., R. Randall. „Loyalty as a philosophy and strategy: an interview with Frederick F. Reichheld” în *Strategy & Leadership*, 30(2), 2002.  Lindlof, T., B. Taylor. *Qualitative communication research methods*, ediţia a 2-a, Thousand Oaks, CA: Sage, 2002. | | |

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

|  |
| --- |
| Pentru ca relaţiile publice să fie preţuite în cadrul organizaţiilor, practicienii trebuie să fie capabili să demonstreze că eforturile lor contribuie la obiectivele acestor organizaţii construind relaţii 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 | Proiect de semestru | Realizare şi prezentare proiect | 50% |
|  |  |  |
| 10.5 Seminar/laborator | Efectuarea unei cercetări individuale prin care să se evidenţieze rolul relaţiilor publice în crearea unei imagini pozitive. | Prezentarea cercetării. | 30% |
| Activitate |  | 20% |
| 10.6 Standard minim de performanţă | | | |
| La finalul semestrului studenţii trebuie să cunoască rolul managementului relaţiilor în munca de relaţii publice şi care sunt modalităţile concrete prin care specialiştii PR îşi pot justifica valoarea muncii. | | | |

Data completării Semnătura titularului de curs Semnătura titularului de seminar

Septembrie 2019  

Data avizării în departament Semnătura directorului de departament

Septembrie 2019