



Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Facultatea de Științe Socio-Umane

Departamentul Relații Internaționale, Științe Politice și Studii de Securitate

## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

Instituția de învățământ superior	Universitatea Lucian Blaga din Sibiu
Facultatea	Științe Socio-Umane
Departament	Relații Internaționale, Științe Politice și Studii de Securitate
Domeniul de studiu	Științe politice
Ciclul de studii	I (studii universitare de licență)
Specializarea	Științe politice

### 2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	Marketing politic și electoral			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
SPL12S048	Opțional	III	II	4
Tipul de evaluare	Categoriza formativă a disciplinei (DS=specialitate)			
Colocviu				
Titular activități curs	Lect. univ. dr. Bogdan GHEORGHIȚĂ			
Titular activități seminar / laborator/ proiect	Lect. univ. dr. Bogdan GHEORGHIȚĂ			

### 3. Timpul total estimat

Extinderea disciplinei în planul de învățământ – număr de ore pe săptămână				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total
2	1	-		3
Extinderea disciplinei în planul de învățământ – Total ore din planul de învățământ				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total (NOAD <sub>sem</sub> )
28	14			42

Distribuția fondului de timp pentru studiu individual		Nr.ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe		10
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren		18
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri		26
Tutoriat:		2
Examinări:		2
Total ore alocate studiului individual (NOSI <sub>sem</sub> ) <sup>I</sup>		58
Total ore pe semestru (NOAD <sub>sem</sub> + NOSI <sub>sem</sub> )		100

### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Discipline necesar a fi promovate	Comunicare politică
-----------------------------------	---------------------



Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

**ULBS**

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu  
Facultatea de Științe Socio-Umane  
Departamentul Relații Internaționale, Științe Politice și Studii de Securitate

anterior	
Competențe	Stăpânirea conceptelor specifice comunicării politice, identificarea și cunoașterea specificităților diferitelor medii de comunicare

#### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

De desfășurare a cursului	Nu este cazul
De desfășurare a sem/lab/pr	Nu este cazul

#### 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	Utilizarea metodologiei marketingului politic în procesul de elaborare strategică.
Competențe transversale	Capacitatea de a elabora proiecte complexe, a evalua riscuri și a lua măsuri pentru înlăturarea acestora, dezvoltarea abilității de a lucra în echipă prin asumarea rolurilor.

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

Obiectivul general al disciplinei	Folosirea conceptelor marketingului politic într-o perspectivă integrată.
Obiectivele specifice	Deprinderea capacității de a construi o strategie de marketing politic, pornind de la analiză, până la implementarea acesteia și evaluare.

#### 8. Conținuturi

Curs		Nr. ore
Curs 1	Prezentarea generală a materiei, modul de lucru.	2
Curs 2	Specificitatea marketingului politic. De la marketingul economic la marketingul politic.	2
Curs 3	Mixul de marketing politic.	2
Curs 4	Valori, trebuințe și nevoi. Rolul acestora în cazul marketingului politic.	2
Curs 5	Strategia de marketing politic. Etape.	2
Curs 6	Analiza situației electorale și politice: SWOT, PESTEL	2
Curs 7	Afișul electoral. Forme, elemente, caracteristici.	2
Curs 8	Clipul electoral, mitingurile, materialele promoționale.	2
Curs 9	Campanii de marketing: tipuri și utilizare.	2
Curs 10	Specificitatea comunicării în campania electorală.	2
Curs 11	Segmentarea pieței în marketingul politic	2
Curs 12	Imaginea și poziționarea. Crizele de imagine	2
Curs 13	Televiziunea și rolul său în campaniile de marketing politic	
Curs 14	New-media și marketingul politic	
<b>Total ore curs:</b>		<b>28</b>
Seminar/Laborator		Nr. ore
Sem 1	Obiective și strategie: stabilirea obiectivelor. Obiective SMART	2
Sem 2	Piramida lui Maslow: efectul de conformare. Experimentele lui Solomon Asch și Stanley Milgram.	2
Sem 3	Fotografia în marketingul politic	2



Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

**ULBS**

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu  
Facultatea de Științe Socio-Umane  
Departamentul Relații Internaționale, Științe Politice și Studii de Securitate

Sem 4	Advertoriale și alte texte în timpul campaniilor de promovare.	2
Sem 5	Clipul electoral	2
Sem 6	Gestionarea conturilor pe rețelele sociale: obiective, postări, elemente vizuale	2
Sem 7	Organizarea evenimentelor politice	2
<b>Total ore seminar/laborator</b>		<b>14</b>

### Metode de predare

Prelegere interactivă. Explicație. Demonstrație. Organizator grafic. Problematizare. Învățarea prin cooperare.

### Bibliografie

Referințe bibliografice recomandate	Ghilezan, Marius, <i>Cum să reușești în politică. Manual de campanie electorală</i> , București, Active Vision, 2000 Pripp, Cristina, <i>Marketingul politic</i> , București, Editura Nemira, 2002 Stoiciu, Andrei, <i>Comunicarea politică. Cum se vând idei și oameni</i> , București, Editura Humanitas, 2000
Referințe bibliografice suplimentare	Datculescu, Petre, <i>Cercetarea de marketing. Cum să pătrunzi în mintea consumatorului, cum măsoară și cum analizezi informația</i> , București, Brandbuiders, 2006 Kotler, Philip și Nancy Lee, <i>Marketing în sectorul public</i> , București, Meteor Press, 2008

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

Conținuturile disciplinei au fost conturate ținând cont de așteptările formulate de către actorii menționați în contactele directe cu DRISPPS sau indirect, într-o serie de documente. Conturarea a ținut cont și de tendințele identificate în practica departamentelor de profil ale unor universități prestigioase din afara României.

### 10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Ponderea în nota finală	Obs.**
Curs	-răspunsurile la examen/colocviu(evaluare finală)	70%	CEF
Seminar	-răspunsurile finale la lucrările practice de laborator	20%	nCPE
	-testarea periodică prin lucrări de control	10%	nCPE
Standard minim de performanță: Obținerea notei 5 (cinci) la nivel agregat.			
Pentru obținerea notei minime studentul trebuie să poată identifica etapele unei strategii de marketing și să poată explica specificitățile acestora.			

(\*) Fișa disciplinei cuprinde componente adaptate persoanelor cu dizabilități, în funcție de tipul și gradul acestora.

(\*\*) CPE – condiționează participarea la examen; nCPE – nu condiționează participarea la examen; CEF - condiționează evaluarea finală;



Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

**ULBS**

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Facultatea de Științe Socio-Umane

Departamentul Relații Internaționale, Științe Politice și Studii de Securitate

Data completării: 16.09.2019

Data avizării în Departament: 01.10.2019

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular disciplină	Lect. univ. dr. Bogdan GHEORGHIȚĂ	
Director de Departament	Lect. univ. dr. Gabriel-Aurel ȘERBAN	