



Anexa 2.

FIȘA DISCIPLINEI***1. Date despre program**

Instituția de învățământ superior	Universitatea Lucian Blaga din Sibiu
Facultatea	Științe Socio-Umane
Departament	Jurnalism, Relații Publice, Sociologie și Psihologie
Domeniul de studiu	Științe ale comunicării
Ciclul de studii	Licență
Specializarea	Comunicare și Relații Publice

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	Antropologia comunicării			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
38-04-02-311	DC	III	V	4
Tipul de evaluare	Categorია formativă a disciplinei (DF=fundamentală.; DD=domeniu; DS=specialitate; DC=complementară)			
Examen				
Titular activității curs	Conf. univ. dr. Lucian Grozea			
Titular activității seminar / laborator/ proiect	Conf. univ. dr. Lucian Grozea			

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 _{sem})
28	14			42

Distribuția fondului de timp pentru studiu individual		Nr.ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe		24
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren		14
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri		14
Tutoriat:		2
Examinări:		4
Total ore alocate studiului individual (NOSI _{sem})		58
Total ore pe semestru (NOAD_{sem} + NOSI_{sem})		100

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Discipline necesar a fi promovate anterior	
Competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

De desfășurare a cursului	
---------------------------	--



De desfășurare a sem/lab/pr

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>Cunoașterea conceptului de <i>antropologia comunicării</i> în raport cu fenomenele /facticitățile sociale și culturale.</p> <p>Identificarea structurii relaționale între oameni și instituții.</p> <p>Distingerea simbolurilor socio-culturale în domeniul comunicării</p> <p>Dezvoltarea abilităților de interpretare aplicativă a manifestărilor umane într-un context dat.</p> <p>Capacitatea de a proiecta și descrie acțiuni obiectuale, normative, teleologice și subiective.</p>
Competențe transversale	<p>Dezvoltarea capacităților de comunicare publică și instituțională specifice itemilor structurante.</p> <p>Dezvoltarea abilităților de utilizare independentă a unor metode, tehnici și instrumente de investigare a datelor și comportamentelor umane (din perspective individuale, holiste, organizaționale sau instituționale).</p> <p>Păstrarea și promovarea patrimoniului axiologic.</p> <p>Promovarea unui comportament formator și altruist de angajare socio-culturală prin intermediul mass-media și a organizațiilor.</p> <p>Conturarea cât mai precisă a unei etici comunicativ-comportamentale în raport cu Celălalt.</p>

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

Obiectivul general al disciplinei	<p>cunoașterea demersului antropologic în domeniul științelor comunicării;</p> <p>stabilirea unei relații între profesie și modelul antropologic de abordare a condiției umane;</p> <p>utilizarea cunoștințelor de antropologie generală, culturală și comunicațională în documentarea și înțelegerea fenomenelor sociale în acțiunea comunicativă.</p>
Obiectivele specifice	<p>dezvoltarea cunoștințelor despre metodologia cercetării științifice în domeniul antropologiei comunicării;</p> <p>înțelegerea, analizarea comparativă și explicarea conceptelor de <i>antropologie a comunicării /antropologie mass-media;</i></p> <p>înțelegerea instituțională a interacționismului simbolic</p>

8. Conținuturi

Curs		Nr. ore
Curs 1	Antropologia, nu doar o știință pozitivistă. Principalele curente și școli antropologice.	2
Curs 2	Antropologia comunicării – o nouă disciplină (Dell Hymes și Yves Winkin).	2
Curs 3	Limba și cultura; nonculturație, aculturație, particularism și difuziune culturală. Binomul cultură-civilizație.	2
Curs 4	Atitudinea față de alteritate.	2
Curs 5	1. Concepții despre om – creaționism sau evoluționism, libertate și determinare, destin și finalitate (contingență și eshatologie). 2. De la gândirea mitico-magică la omul virtual, teorii antropologice, teologice /teleologice (liberale) și filosofice despre condiția ontică, axiologică și cotidiană omului: <i>Quo vadis, homo ?</i>	2
Curs 6	Semn, arhetip, simbol.	2



Curs 7	Aspecte ale comunicării simbolice (gest, iconizare, semnificarea facticității)	2
Curs 8	Mitul paradigmă (povești vechi și noi) și ritul consens (rituri clasice și ceremonii – moderne)	2
Curs 9	Tradiție, (post)modernitate, globalizare	2
Curs 10	Imagine și imaginar. Ispita imaginii și a olfacției.	2
Curs 11	Structura relațiilor parentale și sistemul societal.	2
Curs 12	Politicul și politica (între <i>zoôn politikon</i> și <i>leader</i> -ul politic)	2
Curs 13	Evoluția concepțiilor despre sexualitate (de la metafizica sexului la obscenitate).	2
Curs 14	De la antropologia comunicării la „antropologia mass-media”	2
Total ore curs:		28
Seminar/Laborator		Nr. ore
Sem 1	Între Charles Darwin și Dell Hymes. Racursiuri antropologice	2
Sem 2	Școala de la Palo Alto – un laborator de antropologia comunicării	2
Sem 3	Culturi majore <i>versus</i> culturi minore	2
Sem 4	Democrație, totalitarism și minoritate consensuală (Triada Eu-Voi-Ei)	2
Sem 5	De la savoarea unei căni de cafea la interogația despre moarte	2
Sem 6	Între <i>Museon</i> și <i>Templul de consum</i> : construcția timpului optim	2
Sem 7	Alienarea prin mass-media	2
Total ore seminar/laborator		14

Metode de predare

Expunerea, prelegere, conversația euristică, problematizare, studii de caz, prezentare în PowerPoint pe videoproiector/ filme de prezentare

Bibliografie

Referințe bibliografice recomandate	<p>Bonte, Pierre, Izard, Michel, <i>Dictionar de etnologie și antropologie</i>, Polirom, 2007.</p> <p>Coman, Mihai, <i>Introducere în antropologia culturală. Mitul și ritul</i>, Polirom, 2008; <i>Mass-media, mit și ritual. O perspectivă antropologică</i>, Polirom, 2003.</p> <p>Deliege, Robert, <i>O istorie a antropologiei</i>, Cartier, 2007. <i>Introducere în antropologia structurală</i>, Cartier, 2008.</p> <p>Lardellier, Pascal, <i>O teorie a legăturii ritualice</i>. Editura Tritonic, București, 2003.</p> <p>Grozea, Lucian, <i>Între Agora și Babel, Culegere de aporii culturale</i>, Editura ASLRQ, Quebec, 2014.</p> <p>Mihăilescu Vintilă, <i>Antropologie, Cinci introduceri</i>, Polirom, 2007.</p> <p>Mihu Achim, <i>Antropologia culturală</i>, Cluj-Napoca, 2002.</p> <p>Radkowski Georges-Hubert, <i>Antropologie generală</i>, Timișoara, 2000.</p> <p>Stănescu, Radu, <i>Corpus media, Gimnosofii ca propedeutică pentru o antropologie a nudului</i> Editura Eikon, București, 2017.</p> <p>Voegelin, Eric, <i>Religiile politice</i>, Ed. Humanitas, București, 2010.</p>
Referințe bibliografice	<i>Dicționar enciclopedic de comunicare și termeni asociați</i> , coord. Marian Petcu, Ed. All, București, 2014.



suplimentare	Diaconu, Mădălina, <i>Despre miresme și duhori, O interpretare fenomenologică a olfacției</i> , București, 2007. Durand, Gilbert, <i>Aventurile imaginii. Imaginația simbolică. Imaginarul</i> , București, 1999; <i>Structurile antropologice ale imaginarului</i> , București, 1998.
	Evseev, Ivan, <i>Dicționar de simboluri și arhetipuri culturale</i> , Timișoara, 2001. Ferreol, Gilles, Jucquois, Guy, <i>Dicționarul alterității și al relațiilor interculturale</i> , Polirom, 2005. Friedman, David, <i>O istorie culturală a penisului</i> , Ed. Humanitas, București, 2006.
	Habermas, Jürgen, <i>Sfera publică și transformarea ei structurală</i> , Ed. Comunicare. ro, 2005. Lecourt, Dominique, <i>Dicționar de istoria și filosofia științelor</i> , Polirom, 2005. Lenski, Gerhardt, <i>Putere și privilegii. O teorie a stratificării sociale</i> , Timișoara, 2002. Lyon, David, <i>Postmodernitatea</i> , București, 1998. Koestler, Arthur, <i>Lunaticii. Evoluția concepției despre univers de la Pitagora la Newton</i> , București, 2005. Nellas, Panayotis, <i>Omul – animal îndumnezeit</i> , Sibiu, 1994. Patapievici, H.-Roman., <i>Omul recent</i> , București, 2001. Pisier, Eveline, <i>Istoria ideilor politice</i> , Timișoara, 2000. Toplean, Adela, <i>Pragul și neantul. Încercare de circumscriere a morții</i> , Polirom, 2006. Sfez, Lucien, <i>Simbolistica politică</i> , Iași, 2000. Stanciugelu, Irina, <i>Măștile comunicării – de la etică la manipulare și înapoi</i> , București, 2008. Uscătescu, George, <i>Ontologia culturii</i> , București, 1987. Van Genep, Arnold, <i>Riturile de trecere</i> , Iași, Polirom, 1996. Weber, Max, <i>Politica, o vocație și o profesie</i> , București, 1992. Winkin, Yves, <i>Anthropologie de la communication. De la théorie au terrain</i> , Bruxelles, 1996.

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

Se realizează prin contacte periodice cu aceștia în vederea analizei problemei.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Ponderea în nota finală	Obs.**
Curs	Prezentarea și susținerea unei lucrări pe o tematică din curs (6-8 pagini) Explicarea unor concepte constitutive cercetării științifice	Examen oral (evaluare finală)	50%	
	Prezența la curs 40%			
Seminar	Proiect seminarial și portofoliu tematic (analiză antropologică pe teren)	Verificare parțială	50%	



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

	Prezența la seminar 70%		cpe
Standard minim de performanță: operaționalizarea unuia dintre descriptorii tematici la examen; prezentarea proiectului seminarial; prezența la curs și seminar			

(*) 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;

Data completării: 01.09.2019

Data avizării în Departament: 16.09.2019

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular disciplină	Conf. univ. dr. Lucian Grozea	
Director de departament	Conf. univ. dr. Andrei Gheorghiuță	



Anexa 2.

FIȘA DISCIPLINEI***1. Date despre program**

Instituția de învățământ superior	Universitatea „Lucian Blaga” din Sibiu
Facultatea	Științe Socio-Umane
Departament	Jurnalism, Relații Publice, Sociologie și Psihologie
Domeniul de studiu	Științele comunicării
Ciclul de studii	Licență
Specializarea	Comunicare și Relații Publice

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	Branding corporatist			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
38-04-02-302	Obligativiu	III	I	4
Tipul de evaluare	Categoriza formativă a disciplinei (DF=fundamentală.; DD=domeniu; DS=specialitate; DC=complementară)			
Examen	DS			
Titular activități curs	Lector doctor Răzvan Enache			
Titular activități seminar / laborator/ proiect	Lector doctor Răzvan Enache			

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 _{sem})
28	-	14	-	42

Distribuția fondului de timp pentru studiu individual		Nr.ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe		16
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren		15
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri		15
Tutoriat:		10
Examinări:		2
Total ore alocate studiului individual (NOSI _{sem})		58
Total ore pe semestru (NOAD _{sem} + NOSI _{sem})		58

4. Preconțiții (acolo unde este cazul)

Discipline necesar a fi promovate anterior	-
Competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

De desfășurare a cursului	-
De desfășurare a sem/lab/pr	-



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	Capacitatea de utilizare adecvată a informațiilor specifice domeniului în analiza fenomenului publicitar, abilitatea de a aborda interdisciplinar situații complexe.
Competențe transversale	Abilitatea de lucru în echipă, excelența în comunicarea vorbită și scrisă, abordarea deontologică a situațiilor profesionale complexe, capacitatea de a lua decizii și spirit antreprenorial.

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

Obiectivul general al disciplinei	Obiectivul fundamental al cursului este delimitarea clară a ariei de acoperire a limbajului specific marketingului.
Obiectivele specifice	Cursul vizează expunerea unor modele și strategii de comunicare de marketing, la care se adaugă exemple abundente din comunicarea publicitară românească.

8. Conținuturi

Curs		Nr. ore
Curs 1	Conceptul de brand în comunicarea publicitară actuală.	2
Curs 2	Construcția imaginii de marcă.	2
Curs 3	Alegerea numelui de marcă.	2
Curs 4	Perspective psiho-sociologice asupra imaginii de marcă.	2
Curs 5	Logo-ul.	2
Curs 6	Capitalul de brand.	2
Curs 7	Strategii de poziționare.	2
Curs 8	Brandingul corporatist ca instrument de promovare organizațională	2
Curs 9	Înțelegerea și utilizarea datelor contextului organizațional și mediatic	2
Curs 10	Interdependența dintre cultura organizațională și imaginea corporației	2
Curs 11	Raportul dintre brandingul de produs și brandingul de corporație	2
Curs 12	Brandingul corporatist ca strategie de focalizare a diverselor interese organizaționale	2
Curs 13	Vizibilitatea, recunoașterea și reputația în condiții de criză de imagine	2
Curs 14	Evaluarea transgresiunilor concepute din sfera marketingului	2
Total ore curs:		28
Seminar/Laborator		Nr. ore
Sem 1	Identificarea utilizărilor abuzive ale conceptului de brand.	2
Sem 2	Conceperea unor strategii de construcție a imaginii de marcă.	2
Sem 3	Studierea numelor de marcă de pe piața națională și locală.	2
Sem 4	Variante de logo-uri.	2



Sem 5	Aspecte ale capitalului de brand.	2
Sem 6	Analizarea de reclame tiparite.	2
Sem 7	Propunerea unor scenarii pentru reclame.	2
Total ore seminar/laborator		14

Metode de predare

Prelegerea		
------------	--	--

Bibliografie

Referințe bibliografice recomandate	Aaker, David A., <i>Managementul capitalului de brand</i> , Brandbuilders, 2005.
	Olins, Wally, <i>Despre brand</i> , Comunicare.ro, 2010.
Referințe bibliografice suplimentare	Ries, Al, Trout, Jack, <i>Poziționarea. Lupta pentru un loc în mintea ta</i> , Brandbuilders, 2004.

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

Se realizează prin contacte periodice cu aceștia în vederea analizei problemei.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Ponderea în nota finală	Obs.**
Curs	Capacitatea de a utiliza corect conceptele prezentate.	Examen	70%	
Laborator	Media notelor acordate la seminar.	Impunerea unor exerciții pe teme relevante.	30%	

Standard minim de performanță

Cunoștințe de bază privitoare la cel puțin două teorii semnificative pentru domeniu.

(*) 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;



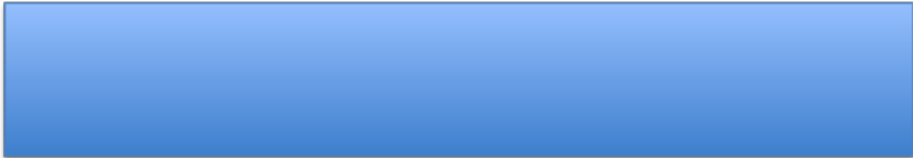
ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Data completării: 01.09.2019

Data avizării în Departament: 16.09.2019

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular disciplină	Lector universitar doctor Răzvan Enache	
Director de departament	Conferențiar universitar doctor Andrei Gheorghiuță	



Anexa 2.

FIȘA DISCIPLINEI***1. Date despre program**

Instituția de învățământ superior	Universitatea Lucian Blaga din Sibiu
Facultatea	Facultatea de Științe Socio-Umane
Departament	Jurnalism, Relații Publice, Sociologie și Psihologie
Domeniul de studiu	Științele Comunicării
Ciclul de studii	Licență
Specializarea	Comunicare și Relații Publice

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	Campanii de Relații Publice			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
38-04-02-301	DD	III	I	6
Tipul de evaluare	Categorია formativă a disciplinei (DF=fundamentală.; DD=domeniu; DS=specialitate; DC=complementară)			
Examen	E1			
Titular activități curs	Lect. univ. dr. Anabella Beju			
Titular activități seminar / laborator/ proiect	Lect. univ. dr. Anabella Beju			

3. Timpul total estimat

Extinderea disciplinei în planul de învățământ – număr de ore pe săptămână				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total
2		2		3
Extinderea disciplinei în planul de învățământ – Total ore din planul de învățământ				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total (NOAD _{sem})
28	-	28		56

Distribuția fondului de timp pentru studiu individual		Nr.ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe		25
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren		25
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri		24
Tutoriat:		10
Examinări:		10
Total ore alocate studiului individual (NOSI _{sem})		94
Total ore pe semestru (NOAD_{sem} + NOSI_{sem})		150

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Discipline necesar a fi promovate anterior	-
--	---



Competențe	-
------------	---

5. Condiții (acolo unde este cazul)

De desfășurare a cursului	sală de curs cu videoproiector
De desfășurare a sem/lab/pr	laborator multimedia

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>C2.1 Identificarea și înțelegerea teoriilor cu privire la gestiunea informațiilor, comunicarea mediatică, sistemele media, dinamica acestora și la efectele comunicării mediatice</p> <p>C2.2 Identificarea particularităților utilizării specializate a diverselor tipuri media în comunicare</p> <p>C3.2 Abordarea comunicării și a publicului/audienței din perspectiva unor parametri specifici domeniului</p> <p>C2.4 Utilizarea unor criterii și metode standard de evaluare a calității și limitelor folosirii diverselor tehnologii în cadrul unor acte concrete de informare și comunicare</p> <p>C2.5 Realizarea de portofolii cu privire la dimensiunea mediatică a unui act de informare și/sau comunicare profesionalizată</p>
Competențe transversale	<ol style="list-style-type: none">1. Rezolvarea în mod realist - cu argumentare atât teoretică, cât și practică - a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice3. Conștientizarea nevoii de formare continuă în contextul evoluției dinamice a noilor tehnologii

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

Obiectivul general al disciplinei	Cunoașterea și însușirea principalelor concepte, abordări și perspective teoretice și practice specifice campaniilor și programelor de relații publice
Obiectivele specifice	<ol style="list-style-type: none">1. Capacitatea de a identifica și de a elabora diferite tipuri de programe și campanii de relații publice2. Cunoașterea și înțelegerea proceselor de planificare strategică a campaniilor de relații publice3. Capacitatea de a concepe, de a planifica și de a implementa programe și campanii de relații publice4. Aprofundarea cunoștințelor dobândite în cadrul cursului și aplicarea lor practică5. Dezvoltarea capacității de a integra conceptele și perspectivele teoretice explorate în sfera comunicării profesionale

8. Conținuturi

Curs		Nr. ore
Curs 1	Campanii de relații publice - Introducere, definiții, perspective teoretice	2
Curs 2	Caracteristici ale campaniilor de relații publice	2



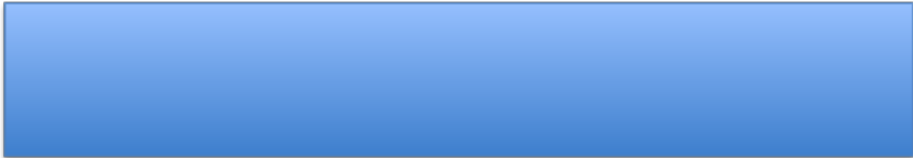
ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Curs 3	Campanii de relații publice - Tipologii în funcție de actorii sociali (I)	2
Curs 4	Campanii de relații publice - Tipologii în funcție de obiective (II)	2
Curs 5	Planificarea campaniilor de relații publice I - Cercetare formativă - Analiza situației; Analiza organizației	2
Curs 6	Planificarea campaniilor de relații publice I - Cercetare formativă - Analiza publicurilor	2
Curs 7	Planificarea campaniilor de relații publice II - Strategie - Stabilirea scopului și obiectivelor	2
Curs 8	Planificarea campaniilor de relații publice II - Strategie - Acțiuni strategice	2
Curs 9	Planificarea campaniilor de relații publice II - Strategie - Strategia mesajelor	2
Curs 10	Planificarea campaniilor de relații publice III - Tactici	2
Curs 11	Planificarea campaniilor de relații publice III - Implementarea planului strategic	2
Curs 12	Planificarea campaniilor de relații publice IV - Cercetare evaluativă	2
Curs 13	Evaluarea planului strategic - provocări și perspective în contextul dezvoltării media digitale	2
Curs 14	Aspecte etice în planificarea campaniilor de relații publice	2
Total ore curs:		28
Seminar/Laborator		Nr. ore
Sem 1	Campanii de PR - Comunicare de brand (PR pentru marketing) - Studii de caz	2
Sem 2	Campanii de PR - Comunicare internă - Studii de caz	2
Sem 3	Campanii de PR - Digital PR și Social Media - Studii de caz	2
Sem 4	Campanii de PR - Responsabilitate socială corporativă și dialog cu grupurile cointeresate - Studii de caz	2
Sem 5	Campanii de PR - Public Affairs, Advocacy și Lobby - Studii de caz	2
Sem 6	Campanie PR - Planificare - Cercetare - Analiza situației și analiza organizației - aplicație	2
Sem 7	Campanie PR - Planificare - Cercetare - Analiza publicurilor - aplicație	2
Sem 8	Campanie PR - Planificare - Strategie - Stabilirea scopului și a obiectivelor - aplicație	2
Sem 9	Campanie PR - Planificare - Strategie - Stabilirea strategiilor - aplicație	2
Sem 10	Campanie PR - Planificare - Strategie - dezvoltarea strategiei mesajelor - aplicație	2
Sem 11	Campanie PR - Planificare - Stabilirea tacticilor - aplicație	2
Sem 12	Campanie PR - Planificare - Diagrama Gantt; plan media - aplicație	2
Sem 13	Campanie PR - Planificare - evaluarea planului strategic - aplicație	2
Sem 14	Prezentare campanii de relații publice - proiect seminar	2
Total ore seminar/laborator		28

Metode de predare

<ul style="list-style-type: none">▪ Expunere▪ Problematizare▪ Conversația euristică▪ Demonstrația▪ Experiență prin explorare		
--	--	--



<ul style="list-style-type: none"> ▪ Participarea studenților la predare ▪ Exerciții ▪ Experiment ▪ Activitate în grup (studiu de caz, joc de rol) ▪ Lucrări practice 		
--	--	--

Bibliografie

Referințe bibliografice recomandate	<ol style="list-style-type: none"> 1. Beju, A. (2019). <i>Campanii de Relații Publice</i>. Suport de curs 2. Coman, C (2001). <i>Relații Publice, principii și strategii</i>. Iași, Polirom 3. Cmeciu, C. (2013). <i>Tendențe actuale în campaniile de relații publice</i>. București, Polirom. 4. Smith, R. D. (2017). <i>Strategic planning for public relations</i>. Routledge. 5. Werder, K. P., & Holtzhausen, D. (2009). An analysis of the influence of public relations department leadership style on public relations strategy use and effectiveness. <i>Journal of Public Relations Research</i>, 21(4), 404-427. 6. Zerfass, A., Verčič, D., Nothhaft, H., & Werder, K. P. (2018). Strategic communication: Defining the field and its contribution to research and practice. <i>International Journal of Strategic Communication</i>, 12(4), 487-505. 7. Werder, K. P. (2015). A theoretical framework for strategic communication messaging. <i>The Routledge handbook of strategic communication</i>, 269-284. 8. Werder, K. P. (2006). Exploring the link between strategy and tactic: an analysis of strategic message content in news releases.
Referințe bibliografice suplimentare	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dagenais, Bernard, 2003, <i>Campanii de Relații Publice</i>, Ed. Polirom, Iasi 2. Iacob, Dumitru, 2003, <i>Relațiile Publice. Eficiență în comunicare</i>, Ed. Comunicare.ro, Bucuresti 3. Newsom, Doug, &, 2004, <i>Totul despre relațiile publice</i>, Ed. Polirom, Iasi 4. Wilcox, Dennis L, 2005, <i>Public Relations : Strategies and Tactics</i>, Pearson Education, London

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

Se realizează prin contacte periodice cu aceștia în vederea analizei problemei.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Ponderea în nota finală	Obs.**
Curs	Participare activă la discuții (CEF)		5%	
	Examen scris (CEF)		45%	
Laborator	Proiect individual (CPE; CEF))		20%	
	Proiect realizat în echipă (nCPE; CEF))		30%	

Standard minim de performanță

Elaborarea unui plan de utilizare a noilor media pentru un proiect concret de comunicare profesionalizată

Promovarea examenului scris (obținerea notei 5)



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu



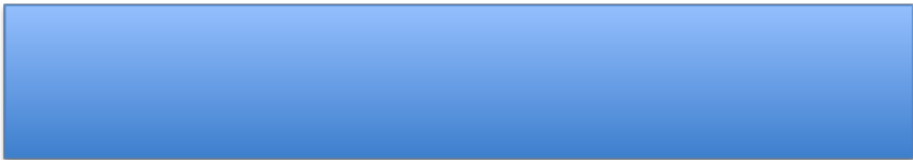
(*) Fișa disciplinei cuprinde componente adaptate persoanelor cu dizabilități, în funcție de tipul și gradul acestora.

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

Data completării: 3.09.2019

Data avizării în Departament: 16.09.2019

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular disciplină	Lector univ. dr. Anabella Beju	
Director de departament	Conf. univ. dr. Andrei Gheorghiuță	



Anexa 2.

FIȘA DISCIPLINEI*

1. Date despre program

Instituția de învățământ superior	Universitatea Lucian Blaga din Sibiu
Facultatea	Facultatea de Științe Socio-Umane
Departament	Jurnalism, Relații Publice, Sociologie și Psihologie
Domeniul de studiu	Științele Comunicării
Ciclul de studii	Licență
Specializarea	Comunicare și Relații Publice

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	Comportamentul Consumatorului			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
38-04-02-305	DS	III	I	4
Tipul de evaluare	Categorია formativă a disciplinei (DF=fundamentală.; DD=domeniu; DS=specialitate; DC=complementară)			
Examen	C			
Titular activități curs	Lect. univ. dr. Anabella Beju			
Titular activități seminar / laborator/ proiect	Lect. univ. dr. Anabella Beju			

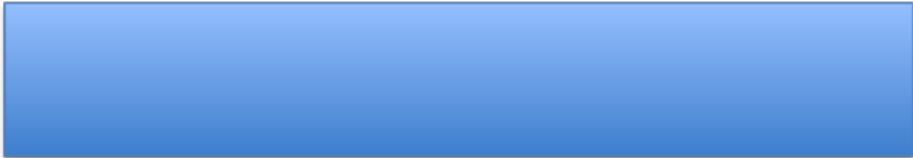
3. Timpul total estimat

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 _{sem})
28	14			42

Distribuția fondului de timp pentru studiu individual		Nr.ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe		18
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren		20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri		10
Tutoriat:		6
Examinări:		4
Total ore alocate studiului individual (NOSI _{sem})		58
Total ore pe semestru (NOAD _{sem} + NOSI _{sem})		100

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Discipline necesar a fi promovate anterior	Comunicare și media digitale
--	------------------------------



Competențe	-
------------	---

5. Condiții (acolo unde este cazul)

De desfășurare a cursului	sală de curs cu videoproiector
De desfășurare a sem/lab/pr	laborator multimedia

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>C2.1 Cunoașterea și înțelegerea abordărilor și teoriilor și modelelor comportamentului consumatorului</p> <p>C2.1 Cunoașterea și înțelegerea conceptelor – cheie utilizate în studiul comportamentului consumatorului</p> <p>C2.2 Utilizarea cunoștințelor de specialitate pentru explicarea și interpretarea oportunităților și provocărilor asociate cu utilizarea platformelor digitale pentru promovarea organizațiilor</p> <p>C2.3 Utilizarea integrată a metodelor și tehnicilor utilizate în studiul comportamentului consumatorului și al proceselor decizionale pentru a rezolva probleme teoretice și practice noi</p> <p>C2.4 Utilizarea nuanțată a criteriilor și metodelor relevante, pentru a formula judecăți de valoare și evaluări și a fundamenta decizii constructive cu privire la utilizarea abordărilor comportamentului consumatorului în context profesional</p> <p>C2.5 Conceperea strategiei de marketing utilizând concepte, teorii și cercetări ale comportamentului consumatorului</p>
Competențe transversale	<p>CT1 Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipă cu îndeplinirea sarcinilor în condiții de autonomie și independență profesională</p> <p>CT3 Autocontrolul procesului de învățare, diagnoza nevoilor de formare, analiza critică și reflexivă a propriei activități profesionale</p>

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

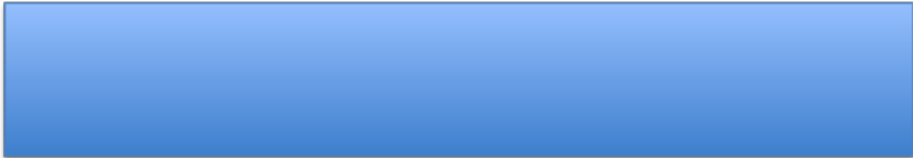
Obiectivul general al disciplinei	1. Cunoașterea, înțelegerea, explicarea și utilizarea specializată a conceptelor, abordărilor, teoriilor și modelelor comportamentului consumatorului
Obiectivele specifice	<ol style="list-style-type: none"> 1. Capacitatea de evaluare și anticipare a tendințelor în comportamentul consumatorului 2. Cunoașterea și înțelegerea metodelor de cercetare utilizate în studiul comportamentului consumatorului 3. Cunoașterea și înțelegerea implicațiilor noilor tehnologii ale comunicării pentru comportamentul consumatorului 4. Aprofundarea cunoștințelor dobândite în cadrul cursului și aplicarea lor practică; 5. Capacitatea de a elabora strategii de marketing utilizând concepte și teorii ale comportamentului consumatorului 6. Capacitatea de a elabora studii/cercetări comportamentale

**8. Conținuturi**

Curs		Nr. ore
Curs 1	Introducere în studiul comportamentului consumatorului – Scurt istoric și delimitări conceptuale	2
Curs 2	Comportamentul consumatorului – Perspective teoretice	2
Curs 3	Procesul de luare a deciziei de cumpărare	2
Curs 4	Euristici decizionale	2
Curs 5	Factori de influență (de natură endogenă) în comportamentul consumatorului – Percepția/Informația/Învățarea	2
Curs 6	Factori de influență (de natură endogenă) în comportamentul consumatorului – Motivația/Personalitate	2
Curs 7	Factori de influență (de natură endogenă) în comportamentul consumatorului – Atitudine/Comportamentul efectiv	2
Curs 8	Factori de influență (de natură exogenă) în comportamentul consumatorului – Factori sociali și culturali	
Curs 9	Consum experiențial	
Curs 10	Modele de analiză a comportamentului consumatorului	2
Curs 11	Comportamentul consumatorului online I	2
Curs 12	Comportamentul consumatorului online II	2
Curs 14	Strategia de marketing și comportamentul consumatorului	2
Total ore curs:		28
Seminar/Laborator		Nr. ore
Lab 1	Studiul comportamentului consumatorului	2
Lab 2	Procesul de luare a deciziei de cumpărare – Aplicație	2
Lab 3	Optimizarea deciziilor de cumpărare – Exerciții	2
Lab 4	Implicații ale comportamentului consumatorului în sfera marketingului – Dezbateri/Aplicații	2
Lab 5	Consum experiențial – Studiu de caz	2
Lab 6	Decizia de cumpărare în mediul online – Avantaje și dezavantaje ale mediului online - Dezbateri	2
Lab 7	Prezentare proiecte individuale	2
Total ore seminar/laborator		14

Metode de predare

<ul style="list-style-type: none">▪ Expunere▪ Problematizare▪ Conversația euristică▪ Demonstrația▪ Experiență prin explorare▪ Participarea studenților la predare▪ Exerciții▪ Experiment▪ Activitate în grup (studiu de caz, joc de rol)▪ Lucrări practice		
---	--	--



Bibliografie

Referințe bibliografice recomandate	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ariely, D. (2010). <i>Irațional în mod previzibil: forțele ascunse care ne influențează deciziile</i>. Publica. 2. Cătoi, I., Teodorescu, N. (2004). <i>Comportamentul consumatorului</i>. București: Ed.Uranus 3. Close, A. (2012). <i>Online consumer behaviour: theory and research in social media, advertising and e-tail</i>. London & New York: Routledge 4. Datculescu, P. (2012). <i>Cercetarea practică de marketing</i>. București: Brandbuilders 5. Kahneman, D. (2012). <i>Gândire rapidă, gândire lentă</i>. București: Publica 6. 7. Kotler, P., Keller K.L. (2016). <i>A framework for marketing management</i>. Essex: Pearson Education 8. Schiffman, L., Kanuk, L., Hansen, H. (2012). <i>Consumer behavior: A European Outlook</i>, Harlow: Pearson Education
Referințe bibliografice suplimentare	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kahneman, D., Tversky A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. <i>Econometrica</i>, Vol. 47 (2), 263-292I marketing communications. <i>Procedia-social and behavioral Sciences</i>, 189, 335-343. 2. Kotler, P., Armstrong, G. (2015). <i>Principles of marketing</i> (16th Ed). Boston: Pearson Education 3. Toth P.-C. (2015). <i>Raționalitatea în științele sociale</i>. București: Tritonic

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

Se realizează prin contacte periodice cu acesteia în vederea analizei problemei.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Ponderea în nota finală	Obs.**
Curs	Participare activă la discuții (CEF)		5%	
	Colocviu (CEF)		45%	
Seminar	Participare activă la dezbateri și proiecte realizate în cadrul seminarului (CPE; CEF))		20%	
	Portofoliu individual (teme de casă, studii de caz, eseuri) (nCPE; CEF))		30%	

Standard minim de performanță

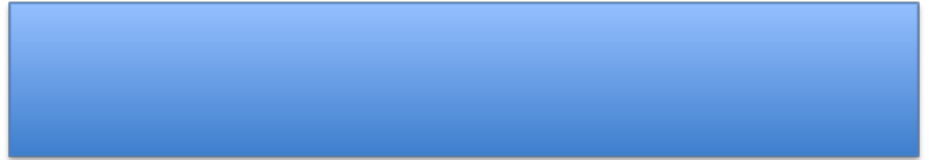
Elaborarea unui plan de utilizare a social media pentru un proiect concret de comunicare profesionalizată
 Promovarea examenului scris (obținerea notei 5)

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



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu



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

Data completării: 3.09.2019

Data avizării în Departament: 16.09.2019

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular disciplină	Lector Univ. Dr. Anabella Beju	
Director de departament	Conf. Univ. Dr. Andrei Gheorghită	



Anexa 2.

FIȘA DISCIPLINEI*

1. Date despre program

Instituția de învățământ superior	Universitatea „Lucian Blaga” din Sibiu
Facultatea	de Științe Socio-Umane
Departament	Jurnalism, Relații Publice, Sociologie și Psihologie
Domeniul de studiu	Științe ale comunicării
Ciclul de studii	Licență
Specializarea	Comunicare și Relații Publice

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	Comunicare interculturală			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
38-04-02-310	DC	III	I	4
Tipul de evaluare	Categorია formativă a disciplinei (DF=fundamentală.; DD=domeniu; DS=specialitate; DC=complementară)			
Examen	E			
Titular activității curs	Lect. univ. dr. Gabriel Hasmațuchi			
Titular activității seminar / laborator/ proiect	Asist. univ. dr. Ioana-Tatiana Ciocan			

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 _{sem})
28	14	-	-	42

Distribuția fondului de timp pentru studiu individual		Nr.ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe		12
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren		12
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri		12
Tutoriat:		10
Examinări:		12
Total ore alocate studiului individual (NOSI _{sem})		58
Total ore pe semestru (NOAD _{sem} + NOSI _{sem})		100

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Discipline necesar a fi promovate anterior	-
Competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

De desfășurare a cursului	-
---------------------------	---



De desfășurare a sem/lab/pr	-
-----------------------------	---

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ol style="list-style-type: none">1. Identificarea și înțelegerea teoriilor referitoare la comunicarea interculturală;2. Identificarea particularităților utilizării specifice a comunicării interculturale;3. Abordarea comunicării interculturale din perspectiva unor parametri specifici evoluției domeniului;4. Utilizarea unor criterii și metode standard de evaluare a comunicării interculturale în contextul globalizării și ale noilor tehnologii;5. Realizarea de portofolii cu privire la dimensiunea mediatică a comunicării interculturale.
Competențe transversale	<ol style="list-style-type: none">1. Rezolvarea în mod realist - cu argumentare atât teoretică, cât și practică - a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora;2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice;3. Conștientizarea nevoii de formare continuă.

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

Obiectivul general al disciplinei	Cunoașterea și însușirea principalelor concepte, abordări și perspective teoretice și practice specifice comunicării interculturale.
Obiectivele specifice	<ol style="list-style-type: none">1. aprofundarea cunoștințelor dobândite în cadrul cursului și aplicarea lor practică;2. cultivarea și exersarea abilităților de a analiza și evalua implicațiile asupra comunicării interculturale;3. sporirea abilităților de a găsi soluții eficiente în vederea unei armonizării interculturale;4. dezvoltarea capacității de a integra conceptele și perspectivele teoretice explorate în sfera profesională.

8. Conținuturi

Curs		Nr. ore
Curs 1	Obiectul de studiu al comunicării interculturale. Scurt istoric al disciplinei	2
Curs 2	Conceptul de cultură, caracteristici. Comunicare și cultură	2
Curs 3	Elemente perceptuale ale culturii – percepții, valori, atitudini. Diferențe între culturi	2
Curs 4	Elemente socioculturale și învățarea culturală	2
Curs 5	Limбай-verbal-comunicare-cultură. Implicații în comunicarea interculturală	2
Curs 6	Limбайul nonverbal – caracteristici. Diferențe culturale în utilizarea acestuia	2
Curs 7	Kinezica și mimica. Diferențe și variabile culturale .	2
Curs 8	Oculezica, haptica, paralingvistica. Diferențe și variabile culturale	2
Curs 9	Percepția și utilizarea spațiului. Comportamentul proxemic și cultura.	2
Curs 10	Percepția și utilizarea timpului. Comportamentul cronemic și cultura. Monocronie și policronie.	2
Curs 11	Contextualizarea. Culturi puternic contextualizate și culturi slab contextualizate.	2
Curs 12	Alte caracteristici și diferențe între culturi: individualism vs. colectivism,	2



	distanța puterii, nesiguranța.	
Curs 13	Cultura și genul. Diferențe culturale în privința obiceiurilor cu privire la hrană.	2
Curs 14	Etnocentrism vs. alteritate. Prejudecăți și stereotipuri în comunicarea interculturală	2
Total ore curs:		
Seminar/Laborator		Nr. ore
Sem 1	Comunicarea interculturală în contextul globalizării.	2
Sem 2	Comunicarea nonverbală – diferențe culturale. Studii de caz	2
Sem 3	Proverbele și zicătorile ca expresii ale învățării culturale. Studii de caz	2
Sem 4	Spațiul și timpul: modalități interculturale de comunicare. Proxemica și cronemica. Analize	2
Sem 5	Caracteristici culturale rezultate din obiceiurile privitoare la hrană. Studii de caz	2
Sem 6	Percepții culturale ale genului. Dezbateri	2
Sem 7	Provocări actuale: identitate și alteritate în UE și în lume	2
Total ore seminar/laborator		

Metode de predare

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Expunere, problematizare, conversația euristică, demonstrația, experiență prin explorare, participarea studenților la predare, exerciții, experiment, activitate în grup (studiu de caz, joc de rol), lucrări practice 		
Bibliografie		

Referințe bibliografice recomandate	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bauman, Zygmund, <i>Globalizarea și efectele ei sociale</i>, Editura Antet, Filipeștii de Târg (Prahova) 2000 2. Chelcea S., , Ivan L, Chelcea A., <i>Comunicarea nonverbală. Gesturile și postura</i>, București, Comunicare.ro, 2005 3. Ferreol Gilles, Jucquois Guy, <i>Dicționarul alterității și al relațiilor interculturale</i>, Polirom, 2005. 4. Georgiu G., <i>Comunicare interculturală. Probleme, abordări, teorii</i>, București, Comunicare.ro, 2010 5. De Mooji, Marieke, „Cross-Cultural Consumer Behavior: A Review of Research Findings”, <i>Journal of International Consumer Marketing</i>, nr. 23, 2011, pp. 181-192. 6. Georgiu, Grigore, <i>Comunicarea interculturală</i>, Ed. Comunicare.ro, București, 2010 7. Hofstede, Geert, Hofstede, Jan, Gert, Minkov, Michael, <i>Culturi și organizații. Softul mental. Cooperarea interculturală și importanța ei pentru supraviețuire</i>, trad. Mihaela Zografî, cuvânt înainte la ediția română de Cosmin Alexandru, Ed. Humanitas, București, 2012. 8. Hall E., <i>Beyond Culture</i>, New York, Doubleday, 1976 Nedelcu A., <i>Fundamentele educației interculturale</i>, Iași, Ed. Polirom, 2008. 9. Ogilvy, David, <i>Despre publicitate</i>, trad. de Mihaela Nicola, Ogilvy & Mathe București, 2001 10. Pascu, Rodica, <i>Comunicare interculturală</i>, Ed. ULBS, Sibiu, 2010
-------------------------------------	---



Referințe bibliografice suplimentare	<p>1.Ivan L. , <i>Cele mai importante 20 de secunde. Competența în comunicarea nonverbală</i>, București, Ed.Tritonic, 2009.</p> <p>2.Kotthoff H., Spencer-Oatey H., <i>Handbook of Intercultural Communication</i>, Walter de Gruyter, Berlin, 2007.</p> <p>3.Mindess A., <i>Reading between the Signs, Intercultural Communication for Sign Language Interpreters</i>, Intercultural Press, Maine, 1999</p>
--------------------------------------	---

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

Se realizează prin contacte periodice cu aceștia în vederea analizei problemei.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Ponderea în nota finală	Obs.**
Curs	<ul style="list-style-type: none"> definirea conceptelor fundamentale studiate identificarea și prezentarea unor repere teoretice largi ale perspectivelor metodologice studiate 	testare docimologică în evaluarea formativă (test intermediar – cu rol de identificare a nivelului de pregătire, evaluare a eficienței predării, diagnosticarea dificultăților de învățare, ierarhizare a studenților dar și de autoevaluare pentru studenți)	15	
	<ul style="list-style-type: none"> definirea conceptelor studiate cu referire explicită la bibliografie capacitate de prezentare coerentă a articulațiilor diferitelor perspective ale comunicării interculturale evidențiere elementelor teoretice de actualitate 	verificare scrisă în evaluarea sumativă (examen final)	55	
Seminar	<ul style="list-style-type: none"> participare activă la dezbaterile din cadrul cursului și contribuție la clarificarea de probleme 	evaluarea activității individuale și de grup desfășurate în cadrul seminarelor - prin chestionare orală	10	
	<ul style="list-style-type: none"> realizarea proiectului (structurare, conceptualizare, argumentare) 	evaluarea proiectelor	20	

Standard minim de performanță:



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Cerințele minime de promovare au în vedere: definirea conceptelor fundamentale studiate, identificarea și prezentarea unor repere teoretice largi ale perspectivelor metodologice studiate, redactarea proiectului pe tema propusă; la nivele satisfăcătoare

(*) 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;

Data completării: 5.09.2019

Data avizării în Departament: 16.09.2019

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular disciplină	Lect. univ. dr. Gabriel Hasmațuchi	
Director de departament	Conf. univ. dr. Andrei Gheorghită	

**ULBS**

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Facultatea de Științe Socio-Umane

Departamentul Jurnalism, Relații Publice, Sociologie și Psihologie

Anexa 2.

FIȘA DISCIPLINEI***1. Date despre program**

Instituția de învățământ superior	Universitatea Lucian Blaga din Sibiu
Facultatea	Științe Socio-Umane
Departament	Jurnalism, Relații Publice, Sociologie și Psihologie
Domeniul de studiu	Științe ale comunicării
Ciclul de studii	Licență
Specializarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	Gestiunea crizei			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
38-04-02-308	obligatoriu	III	6	4
Tipul de evaluare	Categorია formativă a disciplinei (DF=fundamentală.; DD=domeniu; DS=specialitate; DC=complementară)			
Colocviu	DS			
Titular activități curs	Conf. univ. dr. Raluca Mureșan			
Titular activități seminar / laborator/ proiect	Conf. univ. dr. Raluca Mureșan			

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 (<i>NOAD_{sem}</i>)
14	28	-	-	42

Distribuția fondului de timp pentru studiu individual		Nr.ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe		20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren		10
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri		20
Tutoriat:		2
Examinări:		6
Total ore alocate studiului individual (<i>NOSI_{sem}</i>)		58
Total ore pe semestru (<i>NOAD_{sem}</i> + <i>NOSI_{sem}</i>)		100

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Discipline necesar a fi promovate anterior	
--	--

**ULBS**

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Facultatea de Științe Socio-Umane

Departamentul Jurnalism, Relații Publice, Sociologie și Psihologie

Competențe	
------------	--

5. Condiții (acolo unde este cazul)

De desfășurare a cursului	
---------------------------	--

De desfășurare a sem/lab/pr	
-----------------------------	--

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	Realizarea unor cercetări complexe pentru identificarea problemelor cu care se confruntă la un moment dat o organizație și a factorilor de risc, capacitatea de a trasa o diagramă a factorilor de risc. Realizarea unor strategii de gestionare a crizelor de comunicare destinate atât publicurilor interne cât și publicurilor externe.
Competențe transversale	Dezvoltarea unor abilități creative în realizarea produselor utilizate în cadrul strategiilor de criză. Înțelegerea specificității publicurilor critice și a așteptărilor acestora.

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

Obiectivul general al disciplinei	Oferirea instrumentelor necesare identificării și rezolvării strategice a crizelor apărute în organizații.
Obiectivele specifice	Expunerea unor repere teoretice și analizarea unor situații concrete de criză pentru a evidenția succese și erori în gestiunea acestor situații. Dezvoltarea capacității de a gândi strategic rezolvarea unei crize și a abilității de a comunica eficient în cadrul unei celule de criză.

8. Conținuturi

Curs		Nr. ore
Curs 1	Definiții, caracteristici, tipuri de crize.	2
Curs 2	Etapele evoluției unei crize.	2
Curs 3	Managementul situațiilor de risc.	2
Curs 4	Comunicarea de risc.	2
Curs 5	Managementul crizei.	2
Curs 6	Comunicarea de criză.	2
Curs 7	Comunicarea cu presa în timpul crizei.	2
Curs 8	Tehnici de comunicare cu presa în timpul crizei.	2
Curs 9	Rolul purtătorului de cuvânt în comunicarea cu presa.	2
Curs 10	Contracurarea zvonurilor. New media și crizele.	2
Curs 11	Modurile de raportare a presei la situațiile de criză.	2
Curs 12	Strategii și modele în comunicarea de criză.	2
Curs 13	Imaginea și reputația. Definiții, concepte, abordări.	2
Curs 14	Evaluarea acțiunii de răspuns la o situație de criză.	2
Total ore curs:		28
Seminar/Laborator		Nr. ore
Lab. 1	Managementul situațiilor de risc. Prevenirea crizelor.	2
Lab. 2	Tipuri de criză. Criterii de clasificare.	2



Lab. 3	Planificarea în situații de criză.	2
Lab. 4	Strategii de gestionare a crizei. Studii de caz.	2
Lab. 5	Comunicarea cu presa în situații de criză. Exemple.	2
Lab. 6	Managementul reputației și situațiile de criză.	2
Lab. 7	Erori în gestionarea crizei. Studii de caz.	2
Total ore seminar/laborator:		14

Metode de predare

Expunerea, problematizare, studii de caz, dezbateri, demonstrație, îndrumare individuală.		
---	--	--

Bibliografie

Referințe bibliografice recomandate	Coman, Cristina, <i>Comunicarea de criză. Tehnici și strategii</i> , Ed. Polirom Iași, 2009.
	Regester, Michael, Larkin, Judy, <i>Managementul crizelor și al situațiilor de risc</i> , Comunicare.ro, București, 2003.
	Thierry Libaert, <i>Comunicarea de criză</i> , Ed. C.H. Beck, București, 2008.
Referințe bibliografice suplimentare	Chiciudean, I., Țoneș, V., <i>Gestionarea crizelor de imagine</i> , Ed. Comunicare.ro, București, 2010.
	Chiciudean, I., David, G., <i>Managementul comunicării în situații de criză</i> , Ed. Comunicare.ro, București, 2011.
	Coman, Cristina, <i>Relații Publice, principii și strategii</i> , Ed. Polirom Iasi, 2001.
	Coman, Cristina, <i>Relațiile publice și mass-media</i> , Polirom, Iasi, 2004.
	Dagenais, Bernard, <i>Profesia de relaționist</i> , Ed. Polirom, Iasi, 2002.
	Iacob, Dumitru, <i>Relațiile Publice. Eficiență în comunicare</i> , Ed. Comunicare.ro, București, 2003.
	Newsom, Doug, et. al, <i>Totul despre relațiile publice</i> , Ed. Polirom, Iași, 2004.
Newsom, Doug, Carrell, Bob, <i>Redactarea Materialelor de relații publice</i> , Ed. Polirom Iasi, 2004.	

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

Se realizează prin contacte periodice cu acestea în vederea analizei problemei.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Ponderea în nota finală	Obs.**
Curs	Completitudinea și corectitudinea cunoștințelor; Coerența logică, expresivitatea, forța de argumentare; Capacitatea de utiliza conceptele asimilate; Gradul de asimilare a limbajului de specialitate;	Lucrare scrisă de evaluare finală	60%	



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Facultatea de Științe Socio-Umane

Departamentul Jurnalism, Relații Publice, Sociologie și Psihologie

Seminar	Capacitatea de a aplica în practică cunoștințele teoretice dobândite; Lucrul în echipă.	Verificare orală prin susținerea și analizarea proiectelor	40%	
Standard minim de performanță:				
La examenul final să dovedească îndeplinirea criteriilor de evaluare la nivelul de 50% din punctajul maxim, răspunsurile să nu cuprindă erori grave, participare activă în cadrul activităților de seminar din timpul semestrului.				

(*) 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;

Data completării: 9.09.2019

Data avizării în Departament: 16.09.2019

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular disciplină	Conf. univ. dr. Raluca Mureșan	
Director de departament	Conf. univ. dr. Andrei Gheorghiiță	



Anexa 2.

FIȘA DISCIPLINEI***1. Date despre program**

Instituția de învățământ superior	Universitatea Lucian Blaga din Sibiu
Facultatea	Facultatea de Științe Socio-Umane
Departament	Jurnalism, Relații Publice, Sociologie și Psihologie
Domeniul de studiu	Științe ale comunicării
Ciclul de studii	Licență
Specializarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	Management de proiect			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
38-04-02-316	DD	III	VI	4
Tipul de evaluare	Categorია formativă a disciplinei (DF=fundamentală.; DD=domeniu; DS=specialitate; DC=complementară)			
Examen				
Titular activității curs	Lect. univ. dr. Ioana Curta			
Titular activității seminar / laborator/ proiect	Lect. univ. dr. Ioana Curta			

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 _{sem})
28		14		42

Distribuția fondului de timp pentru studiu individual		Nr.ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe		24
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren		14
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri		14
Tutoriat:		2
Examinări:		4
Total ore alocate studiului individual (NOSI _{sem})		58
Total ore pe semestru (NOAD_{sem} + NOSI_{sem})		100

4. Preconțiții (acolo unde este cazul)

Discipline necesar a fi promovate anterior	
Competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

De desfășurare a cursului	
---------------------------	--



De desfășurare a sem/lab/pr

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	Conștientizarea și înțelegerea importanței însușirii unui mod de gândire managerial; cunoașterea etapelor întocmirii unui proiect, metode de redactare a unei cereri de finanțare. Capacitatea de identificare, combinare și utilizare adecvată a ansamblului de cunoștințe specifice managementului de proiect cu scopul rezolvării cu succes a situațiilor-problemă circumscrise. Implementarea de norme metodologice, masuri, politici și programe de natura economică.
Competențe transversale	Abilitatea de lucru în echipă, abilități de utilizare a instrumentelor de lucru IT specifice managementului proiectelor, rezolvarea de probleme și luarea deciziilor pentru gestionarea eficientă a proiectelor de diferite tipuri. Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și munca eficientă în cadrul echipei.

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

Obiectivul general al disciplinei	Dobândirea de competențe manageriale de către studenți pentru a realiza de proiecte. Să mărească capacitatea studenților de a lua decizii de tip managerial (a identifica soluțiile și instrumentele necesare pentru evitare/rezolvare problemelor).
Obiectivele specifice	Familiarizarea cu natura și scopul managementului de proiect, înțelegerea rolului managerului de proiect și a echipei de proiect, dar și înțelegerea modului de evaluare financiară a proiectului. Este foarte importantă înțelegerea managementului desfășurării proiectului, înțelegerea noțiunilor de management al costurilor proiectului și înțelegerea operațiunilor pe care le presupune închiderea proiectului.

8. Conținuturi

Curs	Nr. ore	
Curs 1	Introducere în Managementul Proiectelor	2
Curs 2	Legătura MP cu alte discipline ale științei	2
Curs 3	Caracteristicile unui proiect	2
Curs 4	Fazele și procesele proiectului	2
Curs 5	Conceptele unui proiect	2
Curs 6	Diagrama Pert	2
Curs 7	Diagrama Gantt	2
Curs 8	Categorii de persoane antrenate în proiecte	2
Curs 9	Instrumente folosite în managementul proiectelor	2
Curs 10	Alcătuirea și conducerea unei echipe de proiect	2
Curs 11	Managementul riscurilor	2
Curs 12	Marketing de proiect	2
Curs 13	Managementul timpului în proiecte	2
Curs 14	Evaluarea proiectelor	2
Total ore curs:		28



Seminar/Laborator		Nr. ore
Sem 1	Concepția de proiect și managementul proiectelor prin prisma programelor de finanțare europeană din România	2
Sem 2	Organizarea administrativă a programelor de finanțare europeană din România	2
Sem 3	Organizarea echipelor de proiect și rolul managerului de proiect	2
Sem 4	Planificarea proiectelor europene și estimarea costurilor	2
Sem 5	Estimarea costurilor și procedurile de achiziție publică	2
Sem 6	Contractarea proiectelor: contractul de finanțare și contractele din cadrul proiectului	2
Sem 7	Managementul timpului și ședințele de proiect	2
Total ore seminar/laborator		14

Metode de predare

Expunerea, prelegere, conversația euristică, problematizare, studii de caz, prezentare în PowerPoint pe videoprojector/ filme de prezentare	
---	--

Bibliografie

Referințe bibliografice recomandate	<ol style="list-style-type: none">1. Lock, Dennis 2000 Management de proiect Editura CODECS, București.2. Turner, J. Rodney – Simister, Stephen J. Manualul GOWER de management de proiect Editura CODECS, București, 20073. Mocanu, Mariana – Schuster, Carmen Managementul proiectelor. Cale spre creșterea competitivității, Editura ALL BECK, București, 2001
Referințe bibliografice suplimentare	<ol style="list-style-type: none">4. Prostea Gabriela Managementul prin proiecte Editura Orizonturi, Universitatea Tehnică Timișoara, 20025. Constantinescu Dumitru, Nistorescu Tudor, Managementul proiectelor, Fundamente, metode, tehnici, Editura Sitech, Craiova, 2008.6. McCollum James, Banacu Cristian Silviu, Management de proiect, o abordare practică, Editura Universitară, București, 2005.7. Tom Mochal, Lecții de management de proiect, Editura Codecs, București, 2006

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

Se realizează prin contacte periodice cu acesteia în vederea analizei problemei.
--

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Ponderea în nota finală	Obs.**
Curs	Participare activă la curs.	Evaluare prin examen scris, la finalul semestrului (80%)	50%	cpe
	Insușirea cunoștințelor de specialitate	Doua Quiz-uri neanunțate, la curs (20%)	20	



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Laborator	Insușirea aspectelor teoretice și aplicarea lor corectă, în mod practic, în cadrul exercițiilor propuse. Abilitatea și competența în utilizarea strategiilor și tehnicilor de MPR.	Activități practice	20%	cef
	Coerență în exprimare. Implicare dinamică și creativă în activitățile practice	Proiect scris și prezentat	10%	
Standard minim de performanță				
Standard minim de performanță: operaționalizarea unuia dintre descriptorii tematici; prezentarea proiectului seminarial; prezența la curs și seminar				

(*) 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;

Data completării: 1.09.19

Data avizării în Departament: 16.09.19

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular disciplină	Lect. univ. dr. Ioana Curta	
Director de departament	Conf. univ. dr. Andrei Gheorghiuță	



Anexa 2.

FIȘA DISCIPLINEI***1. Date despre program**

Instituția de învățământ superior	Universitatea „Lucian Blaga” din Sibiu
Facultatea	Facultatea de Științe Socio-Umane
Departament	Jurnalism, Relații Publice, Sociologie și Psihologie
Domeniul de studiu	Științe ale comunicării
Ciclul de studii	Licență
Specializarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	Managementul Relațiilor Publice			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
38-04-02-306	DS	III	VI	4
Tipul de evaluare	Categorია formativă a disciplinei (DF=fundamentală.; DD=domeniu; DS=specialitate; DC=complementară)			
Examen				
Titular activități curs	Lect. univ. dr. Ioana Curta			
Titular activități seminar / laborator/ proiect	Lect. univ. dr. Ioana Curta			

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 _{sem})
28	14			42

Distribuția fondului de timp pentru studiu individual		Nr.ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe		24
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren		14
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri		14
Tutoriat:		2
Examinări:		4
Total ore alocate studiului individual (NOSI _{sem})		58
Total ore pe semestru (NOAD_{sem} + NOSI_{sem})		100

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Discipline necesar a fi promovate anterior	
Competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

De desfășurare a cursului	
---------------------------	--



De desfășurare a sem/lab/pr

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	Conștientizarea și înțelegerea importanței aplicării teoriilor și principiilor managementului în sfera relațiilor publice prin înțelegerea și însușirea suportului teoretic pentru identificarea problemelor manageriale din sfera relațiilor publice și rezolvarea acestora prin luarea de decizii. Cunoașterea modalităților de prevenire-rezolvare a problemelor în contextul mediului intern și extern al organizației, identificarea modalităților de acțiune.
Competențe transversale	Rezolvarea în mod realist - cu argumentare atât teoretică, cât și practică - a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestor situații. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipă multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice.

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

Obiectivul general al disciplinei	Dobândirea de competențe manageriale de către studenți pentru a identifica la timp problemele specific manageriale. Să mărească capacitatea studenților de a lua decizii de tip managerial (a identifica soluțiile și instrumentele necesare pentru evitare/rezolvare problemelor).
Obiectivele specifice	Capacitatea de a analiza strategic o situație organizațională și aplicarea funcțiilor manageriale prin formularea și implementarea planurilor, strategiilor și folosind instrumentele manageriale din sfera relațiilor publice într-un context economico-politic și social dat. Posibilitatea de a reprezenta organizația în relație cu diverse categorii de publicuri vizate și ceilalți actori sociali. Capacitatea de a acționa în cazuri de criză organizațională și să inițieze schimbarea, asigurând performanța în activitatea de relații publice a organizației în contextul globalizării.

8. Conținuturi

Curs	Nr. ore	
Curs 1	Curs introductiv despre Relațiile Publice	2
Curs 2	Funcțiile comunicării	2
Curs 3	MRP ca parte a managementului organizațional. Principii ale relațiilor publice	2
Curs 4	Moduri și mijloace de comunicare	2
Curs 5	Campania de relații publice.	2
Curs 6	Rolul Managementului Relațiilor Publice	2
Curs 7	Funcțiile MRP	2
Curs 8	Planificarea în Managementul Relațiilor Publice	2
Curs 9	Strategii manageriale ale firmelor de relații publice	2
Curs 10	Campania de relații publice	2
Curs 11	Organizarea unui eveniment	2
Curs 12	Relațiile publice – definite ca formă de comunicare instituțională	2
Curs 13	Managementul relației cu clienții	2
Curs 14	Procesul de relații publice, trăsături, caracteristici, cercetare	2
Total ore curs:		28



Seminar/Laborator		Nr. ore
Sem 1	Experimentarea de diverse roluri: manageri, întreprinzători, lideri	2
Sem 2	Stabilire misiune, obiective seminar (nota previzionată)+proiect (obiective proiect)	2
Sem 3	Strategii (pot fi și pentru a obține rezultatele previzionate la seminar): descriere strategiile firmei/organizației studiate	2
Sem 4	Tipuri de posturi în PR (ex: căutați pe internet 3 posturi de PR în cadrul unei firme) alegeți unul și motivați de ce ați ales acel post	2
Sem 5	Structura organizatorică a firmei/organizației studiate în cadrul proiectului; relații între departamente, angajați	2
Sem 6	Exercițiu (simulare): elaborarea unui anunț de recrutare, interviu de selecție	2
Sem 7	Tipuri de lideri și leadership (alegerea unui lider al echipei, stabilirea atribuțiilor, sarcinilor și responsabilităților fiecăruia)	2
Total ore seminar/laborator		14

Metode de predare

Expunerea, prelegere, conversația euristică, problematizare, studii de caz, prezentare în PowerPoint pe videoproiector/ filme de prezentare	
---	--

Bibliografie

Referințe bibliografice recomandate	1. Oliver Sandra, „Strategii de relații publice”, Editura Polirom, Iași, 2009
	2. Coman, Cristina, <i>Relațiile publice și mass-media</i> , Ed. Polirom, Iași, 2004
	3. Coman, Cristina, <i>Relațiile publice: tehnici de comunicare cu presa</i> , Ed. Polirom, Iași, 2007
	4. Nica Panaite, Nestian Andrei, Iftimescu Aurelian,ș.a., „Managementul Organizației”, Editura Sedcom Libris, Iasi, 2014
Referințe bibliografice suplimentare	5. Dygert Charles, Jacobs Richard, „Managementul culturii organizationale”, Editura Polirom, Iași, 2006
	6. Green Andy, „Comunicarea eficientă în Relațiile Publice”, Editura Polirom, Iași, 2009
	7. Coman Cristina, „Comunicarea de Criză”, Editura Polirom, Iași, 2009
	8. Newsom, Doug, VanSlyke Turk, Judy, Kruckeberg, Dean, <i>Totul despre relațiile publice</i> , Ed. Polirom, Iași, 2003
	9. Agheorghiesei Corodeanu, D.T., „Etică în Administrația Publică.O abordare managerială”, Ed. Tritonic, București, 201

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

Se realizează prin contacte periodice cu acesteia in vederea analizei problemei.
--

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Ponderea în nota finală	Obs.**
Curs	Insușirea cunoștințelor de specialitate	Evaluare prin examen scris, la finalul semestrului	50%	cpe
	Insușirea cunoștințelor de specialitate	Doa Quiz-uri neanuntate, la curs	20%	



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Seminar	Insușirea aspectelor teoretice și aplicarea lor corectă, în mod practic, în cadrul exercițiilor propuse. Abilitatea și competența în utilizarea strategiilor și tehnicilor de MPR.	Activități practice	20%	cef
	Coerență în exprimare. Implicare dinamică și creativă în activitățile practice	Proiect scris și prezentat	10%	
Standard minim de performanță				
Standard minim de performanță: operaționalizarea unuia dintre descriptorii tematici; prezentarea proiectului seminarial; prezența la curs și seminar				

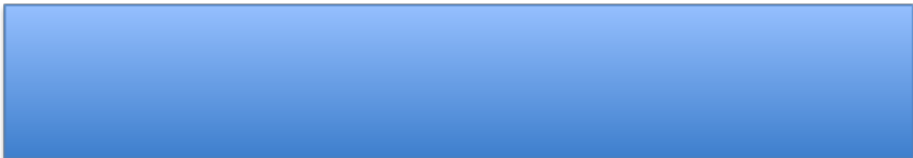
(*) Fișa disciplinei cuprinde componente adaptate persoanelor cu dizabilități, în funcție de tipul și gradul acestora.

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

Data completării: 1.09.19

Data avizării în Departament: 16.09.19

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular disciplină	Lect. univ. dr. Ioana Curta	
Director de departament	Conf. univ. dr. Andrei Gheorghică	



Anexa 2.

FIȘA DISCIPLINEI*

1. Date despre program

Instituția de învățământ superior	Universitatea Lucian Blaga din Sibiu
Facultatea	Facultatea de Științe Socio-Umane
Departament	Jurnalism, Relații Publice, Sociologie și Psihologie
Domeniul de studiu	Științele Comunicării
Ciclul de studii	Licență
Specializarea	Comunicare și Relații Publice

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	Managementul Comunicării Strategice			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
38-04-02-214	DD	II	II	5
Tipul de evaluare	Categorია formativă a disciplinei (DF=fundamentală.; DD=domeniu; DS=specialitate; DC=complementară)			
Examen	E1			
Titular activități curs	Lect. univ. dr. Anabella Beju			
Titular activități seminar / laborator/ proiect	Lect. univ. dr. Anabella Beju			

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 _{sem})
28	14			42

Distribuția fondului de timp pentru studiu individual		Nr.ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe		30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren		23
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri		20
Tutoriat:		6
Examinări:		4
Total ore alocate studiului individual (NOSI _{sem})		83
Total ore pe semestru (NOAD _{sem} + NOSI _{sem})		125

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Discipline necesar a fi promovate anterior	-
--	---



Competențe	-
------------	---

5. Condiții (acolo unde este cazul)

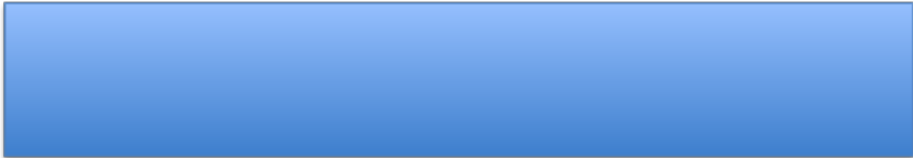
De desfășurare a cursului	sală de curs cu videoproiector
De desfășurare a sem/lab/pr	laborator multimedia

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>C2.1 Identificarea și înțelegerea teoriilor cu privire la gestiunea informațiilor, comunicarea mediatică, sistemele media, dinamica acestora și la efectele comunicării mediatice</p> <p>C2.2 Identificarea particularităților utilizării specializate a diverselor tipuri media în comunicare</p> <p>C3.2 Abordarea comunicării și a publicului/audienței din perspectiva unor parametri specifici domeniului</p> <p>C2.4 Utilizarea unor criterii și metode standard de evaluare a calității și limitelor folosirii diverselor tehnologii în cadrul unor acte concrete de informare și comunicare</p> <p>C2.5 Realizarea de portofolii cu privire la dimensiunea mediatică a unui act de informare și/sau comunicare profesionalizată</p>
Competențe transversale	<ol style="list-style-type: none">1. Rezolvarea în mod realist - cu argumentare atât teoretică, cât și practică - a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice3. Conștientizarea nevoii de formare continuă în contextul evoluției dinamice a noilor tehnologii

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

Obiectivul general al disciplinei	Cunoașterea și însușirea principalelor concepte, abordări și perspective teoretice și practice specifice comunicării strategice în contextul provocărilor sociale și economice contemporane.
Obiectivele specifice	<ol style="list-style-type: none">1. Introducerea și cunoașterea unor noțiuni fundamentale de comunicare strategică (inclusiv comunicare pentru schimbare socială), acoperind arii tematice precum comunicare organizațională (internă și externă), comunicare integrată de marketing, comunicarea de criză, managementul reputației, responsabilitate socială corporativă, filantropie strategică, relații guvernamentale, relații cu investitorii, alianțe strategice, comunicarea strategică prin media sociale2. aprofundarea cunoștințelor dobândite în cadrul cursului și aplicarea lor practică3. cultivarea și exersarea abilității de a analiza și evalua implicațiile socio-culturale, economice și politice asociate cu paradigma comunicării strategice



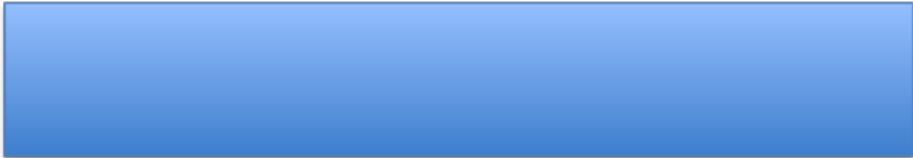
	<p>4. dezvoltarea abilității de a analiza și evalua implicațiile dezvoltării noilor media pentru comunicarea strategică</p> <p>5. dezvoltarea capacității de a integra conceptele și perspectivele teoretice explorate în sfera comunicării profesionale</p>
--	--

8. Conținuturi

Curs		Nr. ore
Curs 1	Comunicarea strategică și orientarea strategică în științele comunicării - Repere conceptuale și perspectiva istorică	2
Curs 2	Comunicarea strategică și sfera publică	2
Curs 3	Comunicare strategică în societatea în rețea	2
Curs 4	Comunicarea strategică - teorii sociale	2
Curs 5	Managementul comunicării strategice și strategia de comunicare	2
Curs 6	Relațiile publice și comunicarea integrată de marketing	2
Curs 7	Viziune și obiective organizaționale și strategia de comunicare	2
Curs 8	Conceperea strategică a mesajelor	2
Curs 9	Principii și tehnici de persuasiune - I	2
Curs 10	Principii și tehnici de persuasiune - II	2
Curs 11	Comunicare strategică în context instituțional	2
Curs 12	Comunicarea strategică în corporații	2
Curs 13	Comunicare strategică pentru schimbare socială	2
Curs 14	Etica în comunicarea strategică	2
Total ore curs:		28
Seminar/Laborator		Nr. ore
Sem 1	Comunicare participativă prin social media - studii de caz și dezbateri	2
Sem 2	Selfie-ul ca discurs global - dezbateri	2
Sem 3	Alinierea strategiei de comunicare la strategia organizațională	2
Sem 4	Framing - Tactică pentru mesajele strategice persuasive - Analiză și dezbateri	2
Sem 5	Tehnici de persuasiune - aplicații și analiza discursurilor	2
Sem 6	Dimensiuni strategice în diplomația publică - Campanii branding de țară - Analiză și dezbateri	2
Sem 7	Etica în campanii de comunicare strategică - Strângere de fonduri pentru copii și tineri bolnivi de cancer - Studii de caz	2
Total ore seminar/laborator		14

Metode de predare

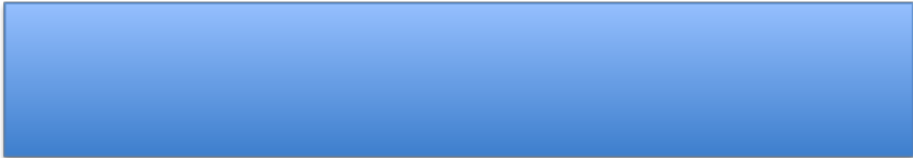
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Expunere ▪ Problematizare ▪ Conversația euristică ▪ Demonstrația ▪ Experiență prin explorare ▪ Participarea studenților la predare ▪ Exerciții ▪ Experiment 		
--	--	--



<ul style="list-style-type: none"> • Activitate în grup (studiu de caz, joc de rol) • Lucrări practice 		
--	--	--

Bibliografie

Referințe bibliografice recomandate	<ol style="list-style-type: none"> 1. Beju, A. (2018). <i>Managementul Comunicării Strategice</i>. Suport de curs 2. Bentele, G., & Nothhaft, H. (2010). Strategic communication and the public sphere from a European perspective. <i>International journal of strategic communication</i>, 4(2), 93-116. 3. Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. <i>Journal of computer-mediated Communication</i>, 13(1), 210-230. 4. Dolea, A. (2015). The need for critical thinking in country promotion: Public diplomacy, nation branding, and public relations. In <i>The Routledge handbook of critical public relations</i>(pp. 298-312). Routledge. 5. Castells, M. (2007). Communication, power and counter-power in the network society. <i>International journal of communication</i>, 1(1), 29. 6. Geurin, A. N., & Burch, L. M. (2017). User-generated branding via social media: An examination of six running brands. <i>Sport Management Review</i>, 20(3), 273-284. 7. Hallahan, K., Holtzhausen, D., Van Ruler, B., Verčič, D., & Sriramesh, K. (2007). Defining strategic communication. <i>International journal of strategic communication</i>, 1(1), 3-35. 8. Haythornthwaite, C. (2002). Strong, Weak and Latent Ties and the Impact of New Media, <i>The Information Society</i>, 18(5), 385-401. 9. Holtzhausen, D., & Zerfass, A. (2014). Strategic communication: Opportunities and challenges of the research area. In <i>The Routledge handbook of strategic communication</i> (pp. 27-41). Routledge. 10. Macnamara, J., & Zerfass, A. (2012). Social media communication in organizations: The challenges of balancing openness, strategy, and management. <i>International journal of strategic communication</i>, 6(4), 287-308. 11. Veum, A., & Undrum, L. V. M. (2018). The selfie as a global discourse. <i>Discourse & Society</i>, 29(1), 86-103. 12. Volk, S. C., & Zerfass, A. (2018). Alignment: Explicating a key concept in strategic communication. <i>International Journal of Strategic Communication</i>, 12(4), 433-451. 13. Werder, K. P., Nothhaft, H., Verčič, D., & Zerfass, A. (2018). Strategic communication as an emerging interdisciplinary paradigm. <i>International Journal of Strategic Communication</i>, 12(4), 333-351.
Referințe bibliografice suplimentare	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bell, M.. (2008). Toward a definition of "virtual worlds". <i>Journal of Virtual Worlds Research</i>, 1(1), 1-5. Castells, M. (2009). <i>Communication power</i>, Oxford University Press, New York, USA. 2. Granovetter, Mark. (1983). The Strength of Weak Ties: A Network Theory Revised, <i>Sociological Theory</i>, Vol. 1, pp. 201-23. 3. Jenkins, H. (2004). The cultural logic of media convergence. <i>International journal of cultural studies</i>, 7(1), 33-43. 4. Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2018). <i>Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture</i>. NYU press.



	<p>5. Habermas, J. (2005). Sfera publică și transformarea ei structurală, București, Comunicare.ro.</p> <p>6. Sălcudean, M. (2015). <i>New media, social media și jurnalismul actual</i>. Tritonic.</p> <p>7. Schifirneț, Constantin. (2014). Manuel Castells: Mass-media în Era Informației. București: Tritonic, pp. 253-285</p> <p>8. Târnovan, A.M. (2015). Socio-Communicational Capital in the digital age. Communication, social capital, development and social change. București: Tritonic.</p> <p>9. Wellman, B., Quan-Haase, A., Boase, J., Chen, W., Hampton, K., Díaz, I., & Miyata, K. (2003). The social affordances of the Internet for networked individualism. <i>Journal of computer-mediated communication</i>, 8(3), JCMC834.</p>
--	--

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

Se realizează prin contacte periodice cu acesteia în vederea analizei problemei.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Ponderea în nota finală	Obs.**
Curs	Participare activă la discuții (CEF)		5%	
	Examen scris (CEF)		45%	
Laborator	Proiect individual (CPE; CEF))		20%	
	Proiect realizat în echipă (nCPE; CEF))		30%	

Standard minim de performanță

Elaborarea unui plan de utilizare a noilor media pentru un proiect concret de comunicare profesionalizată
 Promovarea examenului scris (obținerea notei 5)

(*) 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;**

Data completării: 3.09.2019

Data avizării în Departament: 16.09.2019

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular disciplină	Lector univ. dr. Anabella Beju	
Director de departament	Conf. univ. dr. Andrei Gheorghiuță	

**ULBS**

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Facultatea de Științe Socio-Umane

Departamentul Jurnalism, Relații Publice, Sociologie și Psihologie

Anexa 2.

FIȘA DISCIPLINEI***1. Date despre program**

Instituția de învățământ superior	Universitatea Lucian Blaga din Sibiu
Facultatea	Științe Socio-Umane
Departament	Jurnalism, Relații Publice, Sociologie și Psihologie
Domeniul de studiu	Științe ale comunicării
Ciclul de studii	Licență
Specializarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	Organizarea evenimentelor de Relații Publice			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
38-04-02-303	obligatoriu	III	5	4
Tipul de evaluare	Categorია formativă a disciplinei (DF=fundamentală.; DD=domeniu; DS=specialitate; DC=complementară)			
Colocviu	DS			
Titular activități curs	Conf. univ. dr. Raluca Mureșan			
Titular activități seminar / laborator/ proiect	Conf. univ. dr. Raluca Mureșan			

3. Timpul total estimat

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

Distribuția fondului de timp pentru studiu individual		Nr.ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe		20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren		10
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri		20
Tutoriat:		2
Examinări:		6
Total ore alocate studiului individual (NOSI _{sem})		58
Total ore pe semestru (NOAD _{sem} + NOSI _{sem})		100

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Discipline necesar a fi promovate anterior	
--	--



Competențe	
------------	--

5. Condiții (acolo unde este cazul)

De desfășurare a cursului	
---------------------------	--

De desfășurare a sem/lab/pr	
-----------------------------	--

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	Cunoașterea principalelor tipuri de evenimente și a principalelor etape ce trebuie parcurse pentru organizarea unui eveniment. Înțelegerea specificului evenimentelor ca instrumente de relații publice. Dezvoltarea abilităților de a alege cele mai potrivite formate și identități pentru evenimente, de a schița și structura conținutul unui eveniment și de a gestiona întreaga activitate de planificare.
Competențe transversale	Dezvoltarea abilităților de lucru în echipă, a colaborării și interacțiunii cu colegii în vederea proiectării unor evenimente. Cultivarea unei atitudini responsabile față de clienți, prin cunoașterea și asumarea riscurilor ce la implică această activitate.

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

Obiectivul general al disciplinei	Însușirea cunoștințelor necesare pentru planificarea și organizarea unor evenimente, ca instrumente indispensabile în domeniul relațiilor publice.
Obiectivele specifice	Corelarea cunoștințelor teoretice cu cele practice. Dezvoltarea abilităților de gestionare a activității de planificare și organizare de evenimente: coordonarea invitațiilor, contactarea sponsorilor, stabilirea bugetului, încheierea de parteneriate cu mass-media, evaluarea corectă a evenimentului etc. Înțelegerea modului în care sunt concepute strategiile de comunicare și promovare a evenimentelor.

8. Conținuturi

Curs		Nr. ore
Curs 1	Definiția și tipologia evenimentelor	2
Curs 2	Impactul social și economic al evenimentelor	2
Curs 3	Conceptul unui eveniment: conținut și formă exterioară	2
Curs 4	Arhitectura evenimentului și punerea în scenă	2
Curs 5	Promovarea și comunicarea unui eveniment	2
Curs 6	Principalele riscuri în organizarea de evenimente. Norme legale	2
Curs 7	Bugetul unui eveniment. Evaluarea evenimentului	2
Total ore curs:		14
Seminar/Laborator		Nr. ore
Lab. 1	Obiectivele urmărite de organizatorii de evenimente. Studiu de caz	2
Lab. 2	Impactul evenimentelor asupra mediului. Studiu de caz	2
Lab. 3	Factori care contribuie la succesul sau insuccesul unui eveniment. Studii de caz	2
Lab. 4	Creativitatea în design-ul evenimentului	2
Lab. 5	Analiza unor evenimente locale pentru identificarea etapelor planificării și organizării	2



Lab. 6	Etapele planificării evenimentului: de la concept la follow-up	2
Lab. 7	Promovarea online și offline a evenimentului	2
Lab. 8	Rolul afișului în promovarea evenimentului	2
Lab. 9	Realizarea planului de comunicare a evenimentului	2
Lab. 10	Analiza unor evenimente de succes din perspectiva arhitecturii și punerii în scenă	2
Lab. 11	Riscuri în organizarea evenimentelor. Studiu de caz	2
Lab. 12	Calcularea bugetului unui eveniment. Aplicații practice	2
Lab. 13	Instrumente pentru evaluarea evenimentului. Studiu de caz	2
Lab. 14	Acțiuni post-eveniment (comunicarea post-eveniment, monitorizare presă, rapoarte sponsori etc.)	2
Total ore seminar/laborator:		28

Metode de predare

Expunerea, problematizare, studii de caz, dezbateri, demonstrație, îndrumare individuală.		
---	--	--

Bibliografie

Referințe bibliografice recomandate	Mureșan, Raluca, <i>Organizarea evenimentelor de relații publice</i> , Ed. Academiei Forțelor Terestre "Nicolae Bălcescu" Sibiu, 2016.
	Oprea D., Meșniță G., Alexa M., <i>Managementul evenimentelor: personale, organizaționale, internaționale</i> , Ed. Polirom, Iași, 2016.
	Schäfer-Mehdi, Stephan, <i>Organizarea evenimentelor</i> , Ed. All, București, 2008.
Referințe bibliografice suplimentare	Balaban Delia, Abrudan Mirela, <i>Tendențe în PR și publicitate. Planificarea strategică și instrumente de comunicare</i> , Ed. Tritonic, București, 2008.
	Bowdin, Glenn, A.J., Allen, Johnny, O'Toole, Harris, Robert, McDonnell, Ian, <i>Events Management</i> , Butterworth-Heinemann Publications, Oxford, U. K., 2006.
	Chiriac, Crina, Alexandra, <i>Asistența turistică în organizarea de evenimente</i> , Editura THR-CG, București, 2004.
	Florea, Constantin, <i>Organizarea de evenimente și banqueting în structurile de primire</i> , Editura THR-CG, București, 2004.
	Getz, Donald, <i>Event Studies. Theory, Research and Policy for Planned Events</i> , Butterworth-Heinemann Publications, Oxford, U.K., 2007.
	Moise, Zamfir, <i>Marketing prin intermediul târgurilor și expozițiilor</i> , Ed. ALL, București, 1997.
	Stănciulescu, Gabriela, <i>Managementul operațiunilor în turismul de evenimente</i> , Ed. ASE, București, 2010.

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

Se realizează prin contacte periodice cu acestea în vederea analizei problemei.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Ponderea în nota finală	Obs.**
----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	--------



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Facultatea de Științe Socio-Umane

Departamentul Jurnalism, Relații Publice, Sociologie și Psihologie

Curs	Completitudinea și corectitudinea cunoștințelor; Coerența logică, expresivitatea, forța de argumentare; Capacitatea de utiliza conceptele asimilate; Gradul de asimilare a limbajului de specialitate;	Lucrare scrisă de evaluare finală	50%	
Seminar	Capacitatea de a aplica în practică cunoștințele teoretice dobândite; Lucrul în echipă.	Verificare orală prin susținerea și analizarea proiectelor	50%	
Standard minim de performanță:				
La examenul final să dovedească îndeplinirea criteriilor de evaluare la nivelul de 50% din punctajul maxim, răspunsurile să nu cuprindă erori grave, participare activă în cadrul activităților de seminar din timpul semestrului.				

(*) 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;

Data completării: 8.09.2019

Data avizării în Departament: 16.09.2019

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular disciplină	Conf. univ. dr. Raluca Mureșan	
Director de departament	Conf. univ. dr. Andrei Gheorghiiță	



Anexa 2.

FIȘA DISCIPLINEI*

1. Date despre program

Instituția de învățământ superior	Universitatea „Lucian Blaga” din Sibiu
Facultatea	Facultatea de Științe Socio-Umane
Departament	Jurnalism, Relații Publice, Sociologie și Psihologie
Domeniul de studiu	Științe ale Comunicării
Ciclul de studii	Licență
Specializarea	Comunicare și Relații Publice

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	Practica de specialitate 3			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
38-04-02-304	Laborator	III	5	4
Tipul de evaluare	Categoría formativă a disciplinei (DF=fundamentală.; DD=domeniu; DS=specialitate; DC=complementară)			
Examen	Colocviu (C5)			
Titular activități curs	-			
Titular activități seminar / laborator/ proiect	Asist.univ.dr. Ioana-Tatiana Ciocan			

3. Timpul total estimat

Extinderea disciplinei în planul de învățământ – număr de ore pe săptămână				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total
		4		4
Extinderea disciplinei în planul de învățământ – Total ore din planul de învățământ				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total (NOAD _{sem})
		56		56

Distribuția fondului de timp pentru studiu individual				Nr.ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe				4
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren				24
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri				10
Tutoriat:				2
Examinări:				2
Total ore alocate studiului individual (NOSI _{sem})				44
Total ore pe semestru (NOAD _{sem} + NOSI _{sem})				100

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Discipline necesar a fi promovate anterior	Tehnici de redactare, Practica de specialitate 1, Practica de specialitate 2
Competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

De desfășurare a cursului	
---------------------------	--



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

De desfășurare a sem/lab/pr	Sală cu video-proiector, acces la internet Deplasarea în instituții publice și private
-----------------------------	---

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	C1 Cunoașterea și înțelegerea activităților specifice biroului de presă, a relațiilor dintre acesta și mass-media. C2 Capacitatea de a înțelege relația complexă ce se stabilește între specialiștii în relații publice și reprezentanții mass-media. C3 Dezvoltarea capacității de a redacta diferite materiale de relații publice.
Competențe transversale	CT1 Dezvoltarea unei atitudini pozitive și responsabile față de presă și de profesioniștii acestei sfere. CT2 Cultivarea unui sistem de valori morale care să permită formarea unui specialist în relații publice profesionist.

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

Obiectivul general al disciplinei	Cunoașterea în detaliu a modului în care funcționează biroul de presă al unei organizații
Obiectivele specifice	Participarea la elaborarea unor materiale de relații publice.

8. Conținuturi

Curs		Nr. ore
Total ore curs:		-
Seminar/Laborator		Nr. ore
Sem 1	Aspecte introductive: Cum este și cum funcționează un birou de presă?	4
Sem 2	Relația dintre biroul de presă și mass-media	4
Sem 3	Întocmirea și arhivarea fișierelor de presă	4
Sem 4-5	Redactarea unui comunicat de presă	8
Sem 6-7	Pregătirea unei conferințe de presă	8
Sem 8	Redactarea documentației pentru conferința de presă	4
Sem 9	Desfășurarea conferinței de presă	4
Sem 10	Revista presei – metode de lucru	4
Sem 11	Pregătirea unei vizite de presă	4
Sem 12	Pregătirea voiajului de presă	4
Sem 13	Evaluarea vizitei- voiajului de presă	4
Sem 14	Dezbateri și discuții finale; prezentarea dosarului de practică	4
Total ore seminar/laborator		56

Metode de predare

▪ Dialogul prospectiv		
-----------------------	--	--



<ul style="list-style-type: none"> ▪ Simularea ▪ Conversația euristică ▪ Demonstrația ▪ Experiență prin explorare ▪ Exerciții ▪ Activitate în grup ▪ Lucrări practice 		
--	--	--

Bibliografie

Referințe bibliografice recomandate	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bland, Michael, Theaker, Alison, Wragg, David, <i>Relațiile eficiente cu mass-media</i>, Ed. Comunicare.ro, 2. Coman, Cristina, <i>Relațiile publice și mass-media</i>, Ed. Polirom, Iași, 2004 3. Coman, Cristina, <i>Relațiile publice: tehnici de comunicare cu presa</i>, Ed. Polirom, Iași, 2007 4. Dagenais, Bernard, <i>Profesia de relaționist</i>, Ed. Polirom, Iași, 2002 5. David, George, <i>Tehnici de relații publice: comunicarea cu mass-media</i>, Ed. Polirom, Iași, 2008 6. Newsom, Doug, VanSlyke Turk, Judy, Kruckeberg, Dean, <i>Totul despre relațiile publice</i>, Ed. Polirom, Iași, 2003 7. Săftoiu, Adriana, <i>Vocile puterii. De vorbă cu purtătorii de cuvânt</i>, Ed. Trei, București, 2007 8. Toader, Larisa, <i>Secretele relației cu presa. Sfaturi practice și studii de caz</i>, Ed. Universul Juridic, București, 2010.
Referințe bibliografice suplimentare	-

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

Se realizează prin contacte periodice cu acesteia în vederea analizei problemei.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Ponderea în nota finală	Obs.**
Laborator	Prezența și activitatea la laborator (CPE; CEF)	Implicarea activă la orele de laborator	30%	
	Realizarea unor materiale de PR (nCPE; CEF)	Evaluarea materialelor	20%	
	Realizarea unui portofoliu de practică (CPE; CEF)	Colocviu	50%	

Standard minim de performanță

Să redacteze un comunicat de presă și să cunoască etapele desfășurării unei conferințe de presă.



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

(*) 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;**

Data completării: 4.09.2019

Data avizării în Departament: 16.09.2019

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular disciplină	Asistent universitar doctor Ioana-Tatiana Ciocan	
Director de departament	Conferențiar universitar doctor Andrei Gheorghiuță	



Anexa 2.

FIȘA DISCIPLINEI***1. Date despre program**

Instituția de învățământ superior	Universitatea „Lucian Blaga” din Sibiu
Facultatea	Facultatea de Științe Socio-Umane
Departament	Jurnalism, Relații Publice, Sociologie și Psihologie
Domeniul de studiu	Științe ale Comunicării
Ciclul de studii	Licență
Specializarea	Comunicare și Relații Publice

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	Practica elaborării lucrării de licență. Elemente de etică și integritate academică			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
38-04-02-309	obligatoriu	III	5	6
Tipul de evaluare	Categorია formativă a disciplinei (DF=fundamentală.; DD=domeniu; DS=specialitate; DC=complementară)			
Colocviu	DS			
Titular activități curs				
Titular activități seminar / laborator/ proiect	Conf. univ. dr. Minodora Sălcudean			

3. Timpul total estimat

Extinderea disciplinei în planul de învățământ – număr de ore pe săptămână				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total
		3		
Extinderea disciplinei în planul de învățământ – Total ore din planul de învățământ				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total (NOAD _{sem})
		42		42

Distribuția fondului de timp pentru studiu individual		Nr.ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe		24
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren		24
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri		30
Tutoriat:		10
Examinări:		20
Total ore alocate studiului individual (NOSI _{sem})		108
Total ore pe semestru (NOAD_{sem} + NOSI_{sem})		150

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Discipline necesare a fi promovate anterior	Metodologia cercetării în Științele Sociale
Competențe	Abilitatea de a discerne între o lucrare științifică și alte tipuri de demersuri



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

	intelective specifice mediului academic;
--	--

5. Condiții (acolo unde este cazul)

De desfășurare a cursului	
De desfășurare a laboratorului	Laborator dotat cu calculatoare și videoproiector; conexiune la Internet și acces la baze de date științifice;

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	Dezvoltarea abilităților necesare cercetării științifice, prin însușirea unei viziuni de ansamblu privind demersul în sine, a conceptelor, a metodelor de cercetare posibile în sfera Științelor Sociale și ale Comunicării; Responsabilitate față de actul cercetării și rigoare în studiul individual. Respectarea proprietății intelectuale.
Competențe transversale	Dezvoltarea abilităților de gândire critică, de evaluare și selectare a surselor, de relaționare, comunicare și prezentare; înțelegerea raporturilor cu îndrumătorul științific al lucrării ca pe un parteneriat de cercetare în care condițiile, pașii, întâlnirile, termenul de predare etc. trebuie respectate.

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

Obiectivul general al disciplinei	Înțelegerea conceperii și elaborării lucrării de licență ca pe un demers științific, care se va supune normelor și standardelor cercetării științifice și de integritate din spațiul academic.
Obiectivele specifice	Elaborarea lucrării de licență după standarde academice de calitate și integritate. Accentuarea importanței dimensiunii aplicative (practice) a lucrării de licență, prin realizarea acesteia fie conform metodelor de cercetare consacrate și uzitate în <i>Științele sociale</i> , fie prin realizarea unui „produs” de PR/Comunicare concret, complex și cu respectarea standardelor etice specifice profesiei de comunicator public sau publicitar.

8. Conținuturi

Laborator		Nr. ore
Lab. 1	<i>Științele sociale</i> și <i>Științele comunicării</i> : descrierea domeniilor, aspecte privind evoluția lor, subdomenii de cercetare, tendințe actuale în sfera Științelor Comunicării;	3
Lab. 2	Specificul cercetării în <i>Științele comunicării</i> . Resurse bibliografice/baze de date online;	3
Lab. 3	Aspecte etice, deontologice și legislative privind cercetarea și, implicit, elaborarea tezei de licență;	3
Lab. 4	Inter și transdisciplinaritate în <i>Științele comunicării</i> ;	3
Lab. 5	Alegerea temei de cercetare pentru licență în subdomeniile <i>Relații publice</i> , <i>Comunicare</i> , <i>Publicitate</i> ;	3
Lab. 6	Realizarea planului de studiu; configurarea structurii tezei; structura clasică, structura neconvențională;	3
Lab. 7	Documentarea: piedici, riscuri, oportunități;	3
Lab. 8	Stilul științific – ipostaze și recomandări;	3
Lab. 9	Elemente ale originalității unei lucrări de licență;	3
Lab. 10	Tehnoredactarea - exigențe generale; reguli de punctuație și ortografie;	3
Lab. 11	Abordarea surselor: tehnici de citare; trimiterile/referințele bibliografice;	3



Lab. 12	De la teorie la partea practică. Exigențe privind raportul parte teoretică/parte aplicată;	3
Lab. 13	Metode de cecetare în <i>Științele comunicării</i>	3
Lab. 14	Susținerea/prezentarea lucrării de licență – simulare (exerciții de discurs public);	3
Total ore laborator:		42

Metode de predare

Expunerea, conversația euristică, problematizarea, prezentarea în PowerPoint	Ilustrare prin exemple, studii de caz;	Accesare baze de date științifice
--	--	-----------------------------------

Bibliografie

Referințe bibliografice recomandate	Balaban, Delia, Abrudan Mirela, "Cercetarea în Științele Comunicării. Relevanță și instrumentariu teoretic", articol disponibil la: http://ekphrasis.accentpublisher.ro/files/articles_content/343/1%20RTSC%2013.pdf
	Chelcea, Septimiu, <i>Cum să redactăm o lucrare de diplomă, o teză de doctorat, un articol științific: în domeniul științelor socioumane</i> , Editura Comunicare.ro, București 2003. Chelcea, Septimiu, <i>Metodologia elaborării unei lucrări științifice</i> , Editura Comunicare.ro, București 2003. Eco, Umberto, <i>Cum se face o teză de licență</i> , Editura Pontica, Constanța 2000. Rad, Ilie, <i>Cum se scrie un text științific</i> , Editura Polirom, Iași 2008. Sălcudean Minodora, <i>Ghid metodologic pentru realizarea lucrării de licență/disertație</i> (al Departamentului de <i>Jurnalism și Relații Publice, Sociologie și Psihologie</i> , din cadrul Facultății de Științe Socio-umane, ULBSibiu, disponibil în variantă electronică);
Referințe bibliografice suplimentare	http://www.anelis.ro/index.php?option=com_content&view=article&id=57&Itemid=54
	http://www.elon.edu/e-web/academics/communications/commsciencehome.xhtml
	http://www.fsw.vu.nl/en/departments/communication-science/index.asp
	https://clarivate.com/webofsciencelibrary/solutions/web-of-science/
	https://uefiscdi.gov.ro/

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

Se realizează prin contacte periodice cu acesteia în vederea analizei problemei.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Ponderea în nota finală	Obs.**
Curs				



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Laborator	Prezență și participare activă în cadrul laboratoarelor;	Evaluare participării active, pe tot parcursul semestrului;	40%	
	Realizare proiect individual semestrial;	Evaluare și notare proiect: conținut, formă, prezentare;	50%	
Standard minim de performanță				
30% prezență + 50% realizare și prezentare proiect individual semestrial;				

(*) 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;

Data completării: 9.09.2019

Data avizării în Departament: 16.09.2019

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular disciplină	Conf.univ.dr. Minodora Sălcudean	
Director de departament	Conf univ dr. Andrei Gheorghiță	



FIȘA DISCIPLINEI*

1. Date despre program

Instituția de învățământ superior	Universitatea „Lucian Blaga” din Sibiu
Facultatea	Facultate de Științe Socio Umane
Departament	Jurnalism, Relații Publice, Sociologie și Psihologie
Domeniul de studiu	Științe ale comunicării
Ciclul de studii	Licență
Specializarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	Promovarea organizațiilor cu ajutorul radioului și al televiziunii			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
38-04-02-307	laborator	3	2	4
Tipul de evaluare	Categoría formativă a disciplinei <i>DS=specialitate</i>			
Colocviu				
Titular activități curs	-			
Titular activități seminar / laborator/ proiect	Grad Sorin Dan			

3. Timpul total estimat

Extinderea disciplinei în planul de învățământ – număr de ore pe săptămână				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total
		3		42
Extinderea disciplinei în planul de învățământ – Total ore din planul de învățământ				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total (<i>NOAD_{sem}</i>)

Distribuția fondului de timp pentru studiu individual		Nr.ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe		12
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren		12
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri		22
Tutoriat:		8
Examinări:		4
Total ore alocate studiului individual (<i>NOSI_{sem}</i>)		58
Total ore pe semestru (<i>NOAD_{sem} + NOSI_{sem}</i>)		100

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Discipline necesare a fi promovate anterior	Introducere în sistemul mass-media Elaborarea produselor de relații publice cu ajutorul mijloacelor audio
Competențe	



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

5. Condiții (acolo unde este cazul)

De desfășurare a cursului	
De desfășurare a sem/lab/pr	Laborator cu dotari de studio radio

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	
Competențe transversale	

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

Obiectivul general al disciplinei	Disciplina își propune să ofere studenților cunoștințe teoretice și practice de specialitate pentru promovarea organizațiilor și evenimentelor cu ajutorul mijloacelor audio-video-media-digitale actuale.
Obiectivele specifice	

8. Conținuturi

Curs		Nr. ore
Curs 1		
Curs 2		
Curs 3		
Curs 4		
Curs 5		
Curs 6		
Curs 7		
Curs 8		
Curs 9		
Curs 10		
Curs 11		
Curs 12		
Curs 13		
Curs 14		
Total ore curs:		
Seminar/Laborator		Nr. ore
Sem 1	Tipologia și promovarea emisiunilor audio – media	3
Sem 2	Etape în realizarea unei emisiuni radio pe o anumită temă. Proiectul de emisiune tematică - radio	3
Sem 3	Structurarea informațiilor audio-media	3
Sem 4	Ilustrația muzicală. Limite și drepturi de autor.	3
Sem 5	Înregistrarea și prelucrarea digitală a genericului unei emisiuni de promovare tematice	3
Sem 6	Conceperea promo-urilor de promovare audio.	3
Sem 7	Promovarea imaginii platformelor audio-media.	3
Sem 8	Moduri de promovare. Aplicații	3
Sem 9	Aplicații. Programe de editare	3
Sem 10	Publicitatea audio.Creatia publicitară – elemente de teorie generală	3
Sem 11	Strategii creative în publicitatea audio-media	3
Sem 12	Scenariul ca text specific; Nivele de expresivitate; Titlul, Textul informativ; Sloganul	3



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Sem 13	Procesarea si postprocesarea reclamelor audio	3
Sem 14	Preocupari pentru cresterea audientei audio-media. Ce doreste sa asculte publicul	3
Total ore seminar/laborator		42

Metode de predare

Expunere, problematizare, studii de caz, prelegere, prezentare practica in studioul de radio.		
---	--	--

Bibliografie

Referințe bibliografice recomandate	Minimală obligatorie: <ol style="list-style-type: none">1. Alexa, Florin, Introducere in tehnica sunetului, Editura de Vest, Timisoara 1999.2. Agnes, Yves, Manuel de Journalisme, La Decouverte, Paris, 2002.3. Bakenhus, Norbert, Radioul local, Editura Polirom, iasi 1998.4. Bilbiie, Radut, Dictionarul jurnalistului de radio, Editura Tritonic, Bucuresti 2004.5. Coman, Mihai, Din culisele celei de-a patra puteri, Ed. Carro, 1996.6. Coman, Mihai, Manual de Jurnalism, Tehnici Fundamentale de Redactare, vol I, Ed. Polirom, Iași, 2001.7. De Maesneer, Paul (ed.), Here is the news. A Radio News Manual, UNEscO.8. Garvey, Daniel, E., Rivers, W, Newswriting for the electronic media, Wadsworth, 1982.9. Grosu Popescu, Eugenia, Jurnalism radio. Specificul radiofonic, Editura Teora, Bucuresti 1998.10. Jouvre, Michele, Comunicarea. Publicitate si relatii publice, Editura Polirom, iasi 2005.11. Marinescu, M., Dimitriu, Gh., Trandafirescu, M., PC manualul incepatorului, Editura Teora, Bucuresti 1999.12. McLeish, Robert, Radio production, Ed. Focal Press 2005.13. Odangiu, M., Ficard, F., Ciobanu, M., Publicitatea audio, Editura Hestia, Timisoara 1997.14. Otesteanu, M., Alexa, F., Ianasi, C., Sisteme de inregistrare audio & video, Editura de Vest, Timisoara 1997.15. Popescu, Cristian Florin, Manual de journalism, Editura Tritonic, Bucuresti 2003.16. Pospai, M., Verman, Gh., Radioul public regional, Ed. ULBS, Sibiu 2002.17. Smeureanu, I., Drula, Georgeta, Multimedia. Concepte si practica, Editura Cison, Bucuresti 1997.18. Traciuc, Vasile, Emisiunea radiofonică. Concepere si realizare, Editura Meridian Press, Craiova, 2000.19. Traciuc, Vasile, Jurnalism radio, Editura Tritonic, Bucuresti 2003.
Referințe bibliografice suplimentare	



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

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

Se realizează prin contacte periodice cu acesteia în vederea analizei problemei.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Ponderea în nota finală	Obs.**
Curs				
Laborator	Lucrare teoretică și practică	colocviu	60%	
	Test pe parcursul semestrului	test	40%	
Standard minim de performanță				

(*) 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;

Data completării: 09.09.2019

Data avizării în Departament: 16.09.2019

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular disciplină	Dr. ing. Grad Sorin Dan	
Director de departament	Conf. univ. dr. Andrei Gheorghiță	

FIȘA DISCIPLINEI*

1. Date despre program

Instituția de învățământ superior	Universitatea Lucian Blaga din Sibiu
Facultatea	de Științe Socio-Umane
Departament	de Jurnalism, Relații Publice, Sociologie și Psihologie
Domeniul de studiu	Științe ale comunicării
Ciclul de studii	Licență
Specializarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	Promovarea organizațiilor cu ajutorul televiziunii			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
38-04-02-307	DS	III	6	4
Tipul de evaluare	Categorია formativă a disciplinei (DF=fundamentală.; DD=domeniu; DS=specialitate; DC=complementară)			
Examen	C			
Titular activități curs				
Titular activități seminar / laborator/ proiect	Asist. Univ. Dr. Ovidiu Damian			

3. Timpul total estimat

Extinderea disciplinei în planul de învățământ – număr de ore pe săptămână				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total
-	-	3		3
Extinderea disciplinei în planul de învățământ – Total ore din planul de învățământ				
Curs	Seminar	Laborator	Proiect	Total (NOAD _{sem})
-	-	42	-	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		10
Tutoriat:		10
Examinări:		10
Total ore alocate studiului individual (NOSI _{sem})		58
Total ore pe semestru (NOAD_{sem} + NOSI_{sem})		100

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Discipline necesare a fi promovate anterior	Elaborarea produselor de Relații Publice cu ajutorul mijloacelor video
Competențe	Utilizare PC

5. Condiții (acolo unde este cazul)

De desfășurare a cursului	-
De desfășurare a sem/lab/pr	<ul style="list-style-type: none"> - Sală de seminar – cu video-proiector, calculator sistem audio (boxe); - Studio TV echipat cu: trusă teren – cameră, trepied, acumulatori; - Echipament studio: computere, plasmă, proiector, difuzor, monitoare; - Echipament laborator: camere studio, prompter, reflectoare, decor TV, regie.

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> - Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare - Cunoașterea principalelor noțiuni specifice televiziunii. Înțelegerea principiilor de organizare a informațiilor în cadrul diferitelor formate de televiziune. - Înțelegerea principiilor de realizare a scripturilor TV și dezvoltarea abilităților de scriere a scripturilor TV pentru știri. - Dezvoltarea abilităților de utilizare a aparaturii specifice - Dezvoltarea capacităților de comunicare tehnică.
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> - Dezvoltarea abilităților de lucru în echipă în vederea realizării unor lucrări de complexitate crescută. - Cultivarea unei atitudini pozitive și responsabile față de domeniul profesional și față de implicațiile sociale ale profesiei de jurnalist. - Cultivarea unui sistem de valori culturale, morale și civice care să permită dezvoltarea profesională continuă.

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

Obiectivul general al disciplinei	Inițierea și specializarea studenților în domeniul relațiilor publice și jurnalismului de televiziune
Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> - cunoașterea particularităților limbajului audio-vizual; - identificarea rolului și funcției fiecărui „actor” implicat în producția de televiziune; - elaborarea de produse și materiale specializate pentru promovarea organizațiilor cu ajutorul televiziunii și a mijloacelor audiovizuale.

8. Conținuturi

Curs		Nr. ore
Seminar/Laborator		Nr. ore
Sem 1	Introducere în terminologia specifică televiziunii	3
Sem 2	Jurnalul de televiziune	3
Sem 3	Spectacol și reality show	3
Sem 4	Evaluare parțială	3
Sem 5	Jurnalism și traumă	3
Sem 6	Jurnalism și dizabilitate	3



Sem 7	Comunicare internă și construcția imaginii organizației prin televiziune	3
Sem 8	Redactarea textelor de PR pentru televiziune	3
Sem 9	Evaluare parțială	3
Sem 10	Post-producția de televiziune	3
Sem 11	Marketing, promovare	3
Sem 12	Construcția mesajului vizual	3
Sem 13	Specialistul în relații publice	3
Sem 14	Evaluarea finală – realizarea unui produs TV	3
Total ore seminar/laborator		28

Metode de predare

Studiu de caz, exerciții aplicate, observare directă a procesului tehnic, dezbateri, joc de rol		
---	--	--

Bibliografie

Referințe bibliografice recomandate	<ol style="list-style-type: none"> Bernard Dagenais, <i>Profesia de relaționist</i>, Editura Polirom, Iași, 2002 Cristian Grossu, Liviu Avram, <i>Jurnalismul de investigație</i>, Editura Polirom, Iași, 2004 Daniel Șerbănică, Nina Brătfăla, <i>Relațiile Publice</i>, Editura Gruber, București, 2001. Doru Pop, <i>Introducere în teoria relațiilor publice</i>, Editura Dacia, Cluj, 2000. Flaviu Călin Rus, <i>Introducere în știința comunicării și a relațiilor publice</i>, Editura Insit. European, Iași, 2002. Ion Stavre, <i>Comunicarea audiovizuală</i>, Editura Tritonic, 2011. J.J. von Cuilenburg, O. Scholten, G.W.Moomen, <i>Știința comunicării</i>, Editura Humanitas, București. Mihai Coman (coord.), <i>Manual de Jurnalism: Tehnici fundamentale de redactare</i>, vol. I și II Editura Polirom, Iași, 2001. Valentin Stancu și alții, <i>Relații publice. Succes și credibilitate</i>, Editura Concept Publishing, București, 1997. Zeca-Buzura, Daniela, <i>JURNALISMUL DE TELEVIZIUNE</i>, Editura Polirom, Iași, 2005. <p>jurnalele de știri ale principalelor televiziuni românești și străine</p>
-------------------------------------	---

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

Se realizează prin contacte periodice cu aceștia în vederea analizei situației.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Ponderea în nota finală	Obs.**
Curs				
Laborator	- analize parțiale de	- teste parțiale	20%	



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

	verificare a cunoștințelor, - prezența activă, - evaluarea produselor activității studenților, - evaluare finală	- chestionare orală - evaluare portofoliu - evaluare finală	5% 20% 55%	-
Standard minim de performanță				
Cunoașterea minimă a tehnicii de realizare a unui produs de relații publice. Realizarea și prezentarea unui portofoliu profesional.				

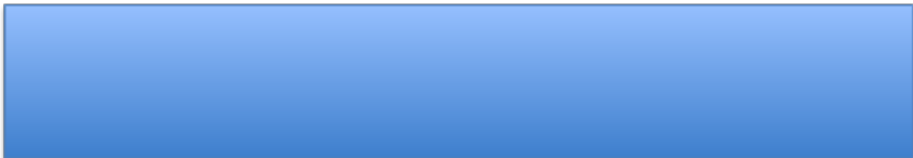
(*) Fișa disciplinei cuprinde componente adaptate persoanelor cu dizabilități, în funcție de tipul și gradul acestora.

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

Data completării: 05. 09. 2019

Data avizării în Departament: 16. 09. 2019

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular disciplină	Asist. Univ. Dr. Ovidiu Damian	
Director de departament	Conf. univ. dr. Andrei Gheorghiuță	



Anexa 2.

FIȘA DISCIPLINEI***1. Date despre program**

Instituția de învățământ superior	Universitatea Lucian Blaga din Sibiu
Facultatea	Facultatea de Științe Socio-Umane
Departament	Jurnalism, Relații Publice, Sociologie și Psihologie
Domeniul de studiu	Științele Comunicării
Ciclul de studii	Licență
Specializarea	Comunicare și Relații Publice

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	Promovarea organizațiilor prin platforme de comunicare digitală			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
38-04-02-307	DS	III	I	4
Tipul de evaluare	Categorია formativă a disciplinei (DF=fundamentală.; DD=domeniu; DS=specialitate; DC=complementară)			
Examen	E1			
Titular activități curs	Lect. univ. dr. Anabella Beju			
Titular activități seminar / laborator/ proiect	Lect. univ. dr. Anabella Beju			

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 _{sem})
28	-	14		42

Distribuția fondului de timp pentru studiu individual		Nr.ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe		20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren		14
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri		20
Tutoriat:		4
Examinări:		4
Total ore alocate studiului individual (NOSI _{sem})		58
Total ore pe semestru (NOAD _{sem} + NOSI _{sem})		100

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Discipline necesar a fi promovate anterior	Comunicare și media digitale
--	------------------------------



Competențe	-
------------	---

5. Condiții (acolo unde este cazul)

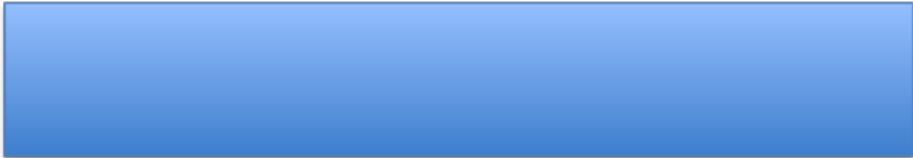
De desfășurare a cursului	sală de curs cu videoproiector
De desfășurare a sem/lab/pr	laborator multimedia

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>C2.1 Cunoașterea aprofundată a abordărilor specifice utilizării social media pentru promovarea organizațiilor și utilizarea adecvată a limbajului specific domeniului social media</p> <p>C2.2 Utilizarea cunoștințelor de specialitate pentru explicarea și interpretarea oportunităților și provocărilor asociate cu utilizarea platformelor digitale pentru promovarea organizațiilor</p> <p>C2.3 Utilizarea integrată a metodelor și tehnicilor de promovare specifice media digitale pentru a rezolva probleme teoretice și practice noi</p> <p>C2.4 Utilizarea nuanțată a criteriilor și metode relevante, pentru a formula judecăți de valoare și evaluări și a fundamenta decizii constructive cu privire la utilizarea media digitale pentru promovarea organizațiilor</p> <p>C2.5 Elaborarea de proiecte profesionale, utilizând inovativ un spectru variat de metode și tehnici specifice noilor media</p>
Competențe transversale	<p>CT1 Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipă cu îndeplinirea sarcinilor în condiții de autonomie și independență profesională</p> <p>CT3 Autocontrolul procesului de învățare, diagnoza nevoilor de formare, analiza critică și reflexivă a propriei activități profesionale</p>

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

Obiectivul general al disciplinei	<ol style="list-style-type: none">1. însușirea conceptelor, a perspectivelor teoretice actuale și a strategiilor și tehnicilor specifice promovării prin platforme digitale;
Obiectivele specifice	<ol style="list-style-type: none">1. Înțelegerea necesității de adecvare a profesiilor din aria <i>Științelor comunicării</i> la realitățile impuse de evoluția noilor media;2. Înțelegerea schimbărilor produse de societatea informațională pentru comunicare și relațiile publice3. Cunoașterea și înțelegerea platformelor și instrumentelor de comunicare digitală pentru relații publice din perspectiva strategică4. Aprofundarea cunoștințelor dobândite în cadrul cursului și aplicarea lor practică;5. Dezvoltarea/exersarea abilității de a analiza și evalua diferitele conținuturi din media sociale relevante pentru comunicatori;



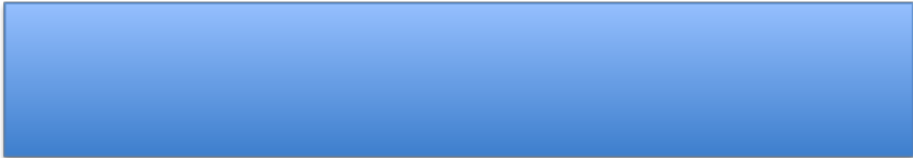
	6. Învățarea unor tehnici eficiente de comunicare, gestionare a conținuturilor, interacțiune și promovare în mediul online.
--	---

8. Conținuturi

Curs		Nr. ore
Curs 1	Relațiile publice în era digitală. Introducere în <i>media digitală</i> : conceptualizarea sintagmei	2
Curs 2	Implicațiile dezvoltării tehnologiei informației și comunicării pentru practica relațiilor publice	2
Curs 3	Arhitectura noilor media: canale și platforme de comunicare digitală (I) - Email, Site, Blog, Wiki, Forum	2
Curs 4	Arhitectura noilor media: canale și platforme de comunicare digitală (II) - Podcast, RSS	2
Curs 5	Arhitectura noilor media: canale și platforme de comunicare digitală (III) - Flickr, Youtube (Photosharing, Videosharing)	2
Curs 6	Arhitectura noilor media: canale și platforme de comunicare digitală (IV) - Rețele Sociale - Facebook, Instagram, Twitter, Google+, LinkedIn, Academia.edu	2
Curs 7	Arhitectura noilor media V: Lumi virtuale	2
Curs 8	Arhitectura noilor media VI: Jocuri online	
Curs 9	Arhitectura noilor media: Comunități virtuale	
Curs 10	<i>Influencerii</i> : tipuri, roluri, rezultate	2
Curs 11	Instrumente de promovare și strategia de conținut online	2
Curs 12	Cercetare, evaluare și măsurare în campaniile de relații publice digitale	2
Curs 14	Cultură colaborativă în mediul online: Crowdsourcing, crowdfunding, OpenSource	2
Total ore curs:		28
Seminar/Laborator		Nr. ore
Lab 1	Conceperea și distribuirea strategică a comunicatelor de presă în mediul virtual - Aplicații	2
Lab 2	Instrumente strategice pentru promovarea prin platforme digitale - Website usability - analiză și discuții	2
Lab 3	Instrumente strategice pentru promovarea prin platforme digitale - Crearea unui blog	2
Lab 4	Promovarea prin intermediul rețelelor sociale - Facebook, LinkedIn - studii de caz și aplicații	2
Lab 5	Creare conținut atractiv - Infografice - aplicații	2
Lab 6	Influencerii - dezbateri și exemple	2
Lab 7	Construirea și managementul unei comunități virtuale - studiu de caz	2
Total ore seminar/laborator		14

Metode de predare

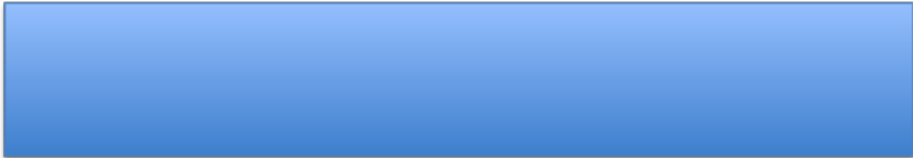
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Expunere ▪ Problematizare ▪ Conversația euristică 		
---	--	--



<ul style="list-style-type: none"> ▪ Demonstrația ▪ Experiență prin explorare ▪ Participarea studenților la predare ▪ Exerciții ▪ Experiment ▪ Activitate în grup (studiu de caz, joc de rol) ▪ Lucrări practice 		
---	--	--

Bibliografie

Referințe bibliografice recomandate	<ol style="list-style-type: none"> 1. Balaban, D., & Mustățea, M. (2019). Users' perspective on the credibility of social media influencers in Romania and Germany. <i>Romanian Journal of Communication and Public Relations</i>, 21(1), 31-46. Beju, A. (2018). <i>Promovare prin platforme digitale</i>. Suport de curs 2. Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. <i>Journal of computer-mediated Communication</i>, 13(1), 210-230. 3. Cismaru, D. (2012). <i>Social media și managementul reputației</i>. Tritonic, București. 4. Coelho, P. S., Rita, P., & Santos, Z. R. (2018). On the relationship between consumer-brand identification, brand community, and brand loyalty. <i>Journal of Retailing and Consumer Services</i>, 43, 101-110. 5. Constantinides, E. (2014). Foundations of social media marketing. <i>Procedia-Social and behavioral sciences</i>, 148, 40-57. 6. Dhanesh, Ganga S., and Gaelle Duthler. "Relationship management through social media influencers: Effects of followers' awareness of paid endorsement." <i>Public Relations Review</i> (2019). 7. Freberg, K., Graham, K., McGaughey, K., & Freberg, L. A. (2011). Who are the social media influencers? A study of public perceptions of personality. <i>Public Relations Review</i>, 37(1), 90-92. 8. Fournier, S., & Lee, L. (2009). Getting brand communities right. <i>Harvard business review</i>, 87(4), 105-111. 9. Gómez, M., Lopez, C., & Molina, A. (2019). An integrated model of social media brand engagement. <i>Computers in Human Behavior</i>, 96, 196-206. 10. Lovejoy, K., & Saxton, G. D. (2012). Information, community, and action: How nonprofit organizations use social media. <i>Journal of computer-mediated communication</i>, 17(3), 337-353 11. Salcudean, M., & Muresan, R. (2017). The emotional impact of traditional and new media in social events. <i>Comunicar</i>, 25(50), 109-118.
Referințe bibliografice suplimentare	<ol style="list-style-type: none"> 1. Curtis, L., Edwards, C., Fraser, K. L., Gudelsky, S., Holmquist, J., Thornton, K., & Sweetser, K. D. (2010). Adoption of social media for public relations by nonprofit organizations. <i>Public Relations Review</i>, 36(1), 90-92. 2. Geurin, A. N., & Burch, L. M. (2017). User-generated branding via social media: An examination of six running brands. <i>Sport Management Review</i>, 20(3), 273-284. 3. Housholder, E., & LaMarre, H. L. (2015). Political social media engagement: Comparing campaign goals with voter behavior. <i>Public Relations Review</i>, 41(1), 138-140. 4. Sălcudean, M. (2015). <i>New media, social media și jurnalismul actual</i>. Tritonic. 5. Tursunbayeva, A., Franco, M., & Pagliari, C. (2017). Use of social media for e-Government in the public health sector: A systematic review of published studies. <i>Government Information Quarterly</i>, 34(2), 270-282. 6. Yadav, M., Joshi, Y., & Rahman, Z. (2015). Mobile social media: The new hybrid element of digital marketing communications. <i>Procedia-social and behavioral Sciences</i>, 189, 335-343.



--	--

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

Se realizează prin contacte periodice cu acesteia în vederea analizei problemei.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Ponderea în nota finală	Obs.**
Curs	Participare activă la discuții (CEF)		5%	
	Examen scris (CEF)		45%	
Laborator	Participare activă la dezbateri și proiecte realizate în cadrul seminarului (CPE; CEF)		20%	
	Portofoliu individual (teme de casă, studii de caz, eseuri) (nCPE; CEF)		30%	

Standard minim de performanță

Elaborarea unui plan de utilizare a social media pentru un proiect concret de comunicare profesionalizată

Promovarea examenului scris (obținerea notei 5)

(*) 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;

Data completării: 3.09.2019

Data avizării în Departament: 16.09.2019

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular disciplină	Lector univ. dr. Anabella Beju	
Director de departament	Conf. univ. dr. Andrei Gheorghiuță	

**ULBS**

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Anexa 2.

FIȘA DISCIPLINEI***1. Date despre program**

Instituția de învățământ superior	Universitatea „Lucian Blaga” din Sibiu
Facultatea	Științe Socio-Umane
Departament	Jurnalism, Relații Publice, Sociologie și Psihologie
Domeniul de studiu	Științe ale comunicării
Ciclul de studii	Licență
Specializarea	Comunicare și Relații Publice

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	Relații Publice pentru organizații politice			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
38-04-02-313	DC	III	V	4
Tipul de evaluare	Categororia formativă a disciplinei <i>DS=specialitate</i>			
Examen				
Titular activități curs	Conf. univ. dr. Lucian Grozea			
Titular activități seminar / laborator/ proiect	Conf. univ. dr. Lucian Grozea			

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 (<i>NOAD_{sem}</i>)
28	14			42

Distribuția fondului de timp pentru studiu individual		Nr.ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe		24
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren		14
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri		14
Tutoriat:		2
Examinări:		4
Total ore alocate studiului individual (<i>NOSI_{sem}</i>)		58
Total ore pe semestru (<i>NOAD_{sem} + NOSI_{sem}</i>)		100

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Discipline necesar a fi promovate anterior	
Competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

De desfășurare a cursului	
De desfășurare a sem/lab/pr	



6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	cunoașterea conceptelor de <i>sferă publică</i> , <i>partid politic</i> , <i>organizație politică</i> , <i>comunicare și publicitate politică</i> , <i>marketing politic</i> ; cunoașterea organizației politice /partidului politic; înțelegerea doctrinelor și ideologiilor politice; cunoașterea și definirea <i>publicului țintă</i> din perspectiva campaniei electorale;
Competențe transversale	analiza factorilor constitutivi ai culturii politice care definesc comportamentele și instituțiile politice folosind instrumente interdisciplinare din economie, știința politică, sociologie, relații publice și publicitate politică; analiza contextului informațional și mijloacele pe care le are la îndemână organizația (politică) pentru influențarea pozitivă a procesului de comunicare politică /publică; studierea agendei publice și modul în care noi teme și subiecte, reprezentând noi bunuri simbolice, promovează în agenda presei sau a diverselor grupuri sociale, formulându-se ca opinie publică; observarea și analizarea strategiilor de RP și tipurilor de marketing, ce definesc managementul organizației politice în campaniile (pre /post) electorale; analiza cu mijloace proprii științei politice a scopurilor organizației politice în spațiul public; analizarea din perspectiva relațiilor publice a sondajelor de opinie.

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

Obiectivul general al disciplinei	cunoașterea și înțelegerea organizațiilor și instituțiilor politice; comportamentelor cetățenilor /clienților diverselor sisteme socio-politice; facticității sociale și societale ca mecanism global de transfer de bunuri simbolice și valori concrete; capacitatea de a proiecta și conduce o campanie electorală.
Obiectivele specifice	dezvoltarea cunoștințelor despre metodologia cercetării științifice în domeniul comunicării politice și relațiilor publice sectoriale; înțelegerea, analizarea comparativă și explicarea conceptelor <i>partid politic</i> , <i>comunicare politică</i> , <i>relații publice pentru organizații politice</i> ; elaborarea unor strategii de campanie și publicitate electorală

8. Conținuturi

Curs		Nr. ore
Curs 1	Organizația politică. De la ideologia politică la cultura politică (contexte politice, sociale și globale)	2
Curs 2	Specificul comunicării politice. Strategii de comunicare politică	2
Curs 3	Structura campaniei de marketing politic: strategie, analiza, public țintă, construcție și gestiune imagine	2



Curs 4	Tipologii ale candidatului – crearea candidatului – marcă	2
Curs 5	Tactici ale campaniei: cronologie, lansare, ritm, slogan, discurs, mesaj	2
Curs 6	Media planning	2
Curs 7	Agenda setting. Analiza și monitorizarea sondajelor și a mass-media	2
Curs 8	Planificare campanie, finanțare, echipa, cronologie	2
Curs 9	Agenda de campanie: public, media, organizație sau candidat	2
Curs 10	Tehnici de campanie: discurs, slogan, afiș, clipuri electorale	2
Curs 11	Gestionarea și monitorizarea campaniei; relația cu presa în timpul campaniei; biroul de presă	2
Curs 12	Campanii politice negative	2
Curs 13	Managementul crizelor în organizațiile politice. Strategii de criză pe timpul campaniei	2
Curs 14	Evaluarea campaniei. Exit pool-ul	2
Total ore curs:		28
Seminar/Laborator		Nr. ore
Sem 1	Partidul politic	2
Sem 2	Platforma program	2
Sem 3	Simbolistica politică (sigle și culori)	2
Sem 4	Parlamentarul european	2
Sem 5	Analiza SWOT– studiu de caz	2
Sem 6	Analiza PEST– studiu de caz	2
Sem 7	Agenda setting /building – studiu de caz	2
Total ore seminar/laborator		14

Metode de predare

Expunerea, prelegere, conversația euristică, problematizare, studii de caz, prezentare în PowerPoint pe videoproiector/ filme de prezentare

Bibliografie

	Beciu, Camelia <i>Comunicare politică</i> , București, 2002. Beciu, Camelia, <i>Sociologia comunicării și a spațiului public</i> , Polirom, 2011 <i>Constituția României</i> , republicată M.O., nr. 767 din 31 oct. 2003. Domenach Jean-Marie, <i>Propaganda politică</i> , Institutul European, 2004. Edelman, Murray, <i>Politica și utilizarea simbolurilor</i> , Polirom, 1999. Frigioiu, Nicolae <i>Imaginea publică a liderilor și instituțiilor politice</i> , București, 2001. Goodin, Richard, <i>et alii</i> , <i>Manual de știință politică</i> , Polirom, 2005. Habermas, Jürgen, <i>Sfera publică și transformarea ei structurală</i> , Ed. Comunicare. ro, 2005. Lardellier, Pascal, <i>O teorie a legăturii ritualice</i> . Editura Tritonic, București, 2003. McNair, Brian, <i>Introducere în comunicarea politică</i> , Polirom, 2007. Sartori, Giovanni <i>Teoria democrației reinterpretate</i> , Polirom, 1999. Stânciugelu, Irina, <i>Măștile comunicării – de la etică la manipulare și înapoi</i> , București, 2008.
Referințe bibliografice	<i>Dicționar enciclopedic de comunicare și termeni asociați</i> , coord. Marian Petcu, Ed. All, București, 2014.



suplimentare	<p>Grozea, Lucian, <i>Între Agora și Babel, Culegere de aporii culturale</i>, Editura ASLRQ, Quebec, 2014.</p> <p>Lenski, Gerhardt, <i>Putere și privilegii. O teorie a stratificării sociale</i>, Timișoara, 2002.</p> <p>Pippidi-Mungiu, Alina, ed., <i>Doctrină politică</i>, Polirom, 2000.</p> <p>Pisier, Eveline, <i>Istoria ideilor politice</i>, Timișoara, 2000.</p> <p>Schwartzberg, Roger-Gérard, <i>Statul spectacol</i>, Ed. Scripta, 1995.</p> <p>Stoiciu, Andrei, <i>Comunicarea politică</i>, București, 2000.</p> <p>Teodorescu, Gheorghe, <i>Putere, autoritate și comunicare politică</i>, București, 2000.</p> <p>Voegelin, Eric, <i>Religiile politice</i>, Ed. Humanitas, București, 2010.</p> <p>Weber, Max, <i>Politica, o vocație și o profesie</i>, București, 1992.</p>
--------------	--

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

Se realizează prin contacte periodice cu aceștia în vederea analizei problemei.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Ponderea în nota finală	Obs.**
Curs	Prezentarea și susținerea unei lucrări pe o tematică din curs (6-8 pagini) Explicarea unor concepte constitutive cercetării științifice	Examen oral (evaluare finală)	50%	
	Prezența la curs 40%			
Seminar	Proiect seminarial și portofoliu tematic (analiza unui partid politic)	Verificare parțială	50%	
	Prezența la seminar 70%			

Standard minim de performanță: operaționalizarea unuia dintre descriptorii tematici la examen; prezentarea proiectului seminarial; prezența la curs și seminar

(*) 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;

Data completării: 01.09.2019

Data avizării în Departament: 16.09.2019

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular disciplină	Conf. univ. dr. Lucian Grozea	
Director de departament	Conf. univ. dr. Andrei Gheorghiuță	



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu



Anexa 2.

FIȘA DISCIPLINEI*

1. Date despre program

Instituția de învățământ superior	Universitatea Lucian Blaga din Sibiu
Facultatea	Facultatea de Științe Socio-Umane
Departament	Jurnalism, Relații Publice, Sociologie și Psihologie
Domeniul de studiu	Științele comunicării
Ciclul de studii	Licență
Specializarea	Comunicare și Relații Publice

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	Relații Publice pentru organizații culturale și ONG-uri			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
38-04-02-312	Opțională	III	II	4
Tipul de evaluare	Categoría formativă a disciplinei DO			
Examen	E			
Titular activității curs	Lect. dr. Raluca Stanciu			
Titular activității seminar / laborator/ proiect	Lect. dr. Raluca Stanciu			

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 _{sem})
28		14		42

Distribuția fondului de timp pentru studiu individual		Nr.ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe		16
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren		11
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri		19
Tutoriat:		4
Examinări:		8
Total ore alocate studiului individual (NOSI _{sem})		58
Total ore pe semestru (NOAD _{sem} + NOSI _{sem})		100

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Discipline necesare a fi promovate anterior	Introducere în relații publice, Introducere în științele comunicării
Competențe	



5. Condiții (acolo unde este cazul)

De desfășurare a cursului	
De desfășurare a sem/lab/pr	

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none">- cunoașterea specificului organizațiilor sociale în general și al organizațiilor culturale în special;- cunoașterea misiunii sociale a organizațiilor culturale; - înțelegerea rolului Relațiilor Publice în cadrul organizațiilor culturale.- capacitate de explicare a rolului organizațiilor culturale în dinamica socială și a importanței relațiilor publice în promovarea educării, integrării sociale, schimbării comportamentului, etc.;- capacitatea de interpretare a eficienței unui proiect de relații publice pentru organizații culturale (eficiența comunicării activităților culturale, elaborării ofertei culturale, etc.).
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none">- analiza contextului socio-cultural;- elaborarea ofertelor culturale;- conceperea strategică a mesajelor;- utilizarea canalelor/suporturilor de comunicare a activității culturale;- capacitatea de utilizare a instrumentelor specifice cercetării;- dezvoltarea abilităților de lucru în echipă, a colaborării și interacțiunii cu colegii;- cultivarea unei atitudini pozitive și responsabile față de importanța socială a domeniului;- cultivarea unui sistem de valori care să permită valorificarea creativă a potențialului științific oferit.

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

Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none">- însușirea metodelor de promovare a identității organizațiilor culturale;- însușirea tehnicilor de comunicare a ofertei culturale - planificarea, monitorizarea și evaluarea comunicării;- dezvoltarea capacității de analiză a raportului organizațiilor culturale specifice cu factorii de mediu.
Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none">- analiza contextului socio-cultural;- elaborarea ofertelor culturale;- conceperea strategică a mesajelor;- utilizarea canalelor/suporturilor de comunicare a activității culturale.



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

--	--

8. Conținuturi

Curs		Nr. ore
Curs 1	Specificul organizațiilor sociale. Concepte fundamentale ce definesc activitatea organizațiilor sociale	2
Curs 2	Obiectivele Relațiilor Publice pentru organizații sociale (informare, educare, integrare socială, schimbarea comportamentului, influență socială)	2
Curs 3	Raportul organizațiilor sociale cu mediul – factori de mediu și actori sociali	2
Curs 4	Produsele organizațiilor sociale	2
Curs 5	Importanța socială a organizațiilor culturale. Misiunea, principiile și valorile organizațiilor culturale. Adaptarea organizațiilor culturale la dinamica socială	2
Curs 6	Organizațiile culturale românești în context național și internațional	2
Curs 7	Elemente de identitate ale organizațiilor culturale. Comunicarea identității prin proiecte specifice	2
Curs 8	Receptarea organizației la nivelul comunității – indicatori de imagine (notorietate, încrederea în organizație, atitudini active, pasive, neutre ale publicului)	2
Curs 9	Analiza socioculturală a publicului. Analiza contextului sociocultural	2
Curs 10	Cultura colectivă. Fenomenele de masă. Evoluția aspirațiilor publicului	2
Curs 11	Elaborarea proiectului de P.R. cultural. Planul strategic și strategii operaționale. Definirea obiectivelor de comunicare. Elaborarea ofertelor culturale pentru grupuri țintă. Elaborarea ofertei culturale	2
Curs 12	Utilizarea canalelor de comunicare a activității culturale. Exigențele jurnalismului cultural. Mass-media ca public al organizațiilor culturale	2
Curs 13	Tehnici eficiente în comunicarea activității culturale - recepția de presă, vizitele jurnaliștilor la sediul organizației, scrisoarea propunere, interviul	2
Curs 14	Exigențe discursive ale comunicării publice în organizațiile culturale. Conceperea strategică a mesajelor. Comunicarea publică prin conferințe de presă. Colocviul tematic. Publicația culturală. Planul de prezentare. Pagina de Internet	2
Total ore curs:		28
Seminar/Laborator		Nr. ore
Sem 1	Manifestări ale demersului informativ, educativ persuasiv și al influenței sociale în cadrul organizațiilor sociale	2
Sem 2	Analiza organizațiilor culturale în raporturile lor cu mediul extern din perspectiva obiectivelor, oportunităților și obstacolelor	2
Sem 3	Elemente și structuri de identitate ale organizațiilor culturale	2
Sem 4	Publicul organizațiilor culturale – aspirații, stiluri, atitudini. Cultura de masă și transformările organizațiilor culturale	2
Sem 5	Realizarea strategiei de comunicare pentru organizații culturale	2
Sem 6	Utilizarea media controlate și necontrolate în comunicarea organizațiilor culturale	2
Sem 7	Conținutul și design-ul mesajelor pentru diverse suporturi	2
Total ore seminar/laborator		14



Metode de predare

<input type="checkbox"/> Expunere, conversație euristică, problematizare, studii de caz, proiecte, exemplificări, material didactic.		
--	--	--

Bibliografie

Referințe bibliografice recomandate	<p>1.Green, Andy, Comunicarea eficientă în Relațiile Publice. Crearea mesajelor și relațiilor sociale, Iași, Ed. Polirom, 2009.</p> <p>2.Newsom, Doug, Scott, Alan, Turk, Vanslyke, Judy, Totul despre relațiile publice, Iași, Ed. Polirom, 2003.</p> <p>3.Oliver, Sandra, Strategii de Relații Publice, Iași, Ed. Polirom, 2009.</p> <p>4.Pailliart, Isabelle, Spațiul public și comunicarea, Iași, Ed. Polirom, 2002.</p>
Referințe bibliografice suplimentare	<p>1.Cultip, Scott, Center, Allen, Broom, Glenn, Effective Public Relations, New Jersey, Prentice Hall, 1994.</p> <p>2.Brooks, Karen, Hopkins, Carolyn, Successful fundraising for arts and cultural organizations, Westport, Greenwood Publishing Group, 1977.</p> <p>3.David, George, Tehnici de Relații Publice, Iași, Ed. Polirom, 2008.</p> <p>4.Davis, Keithi, Blomstrom, Robert L., Business and Society: Environment and Responsibility, New York, McGraw-Hill, 1975.</p> <p>5.Kendall, Robert, Public Relations Campaign Strategies: Planning for Implementation, New York, Harper Collins Publishers, 1992.</p> <p>6.Stancu, Valentin, Stoica, Marcela M., Stoica, Adrian, Relații publice. Succes și credibilitate, București, Ed. Concept Publishing, 1997.</p> <p>7.Vernis, Alfred, Nonprofit organizations, New York, Palgrave Macmillan, 2006.</p> <p>8.Wilcox, Dennis, Cameron, Glen T, Public Relations. Strategies and Tactics, New York, Pearson Education, Inc. 2006.</p>

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

--

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Ponderea în nota finală	Obs.**
Curs	<ul style="list-style-type: none"> - stăpânirea conceptelor de bază - consultarea bibliografiei -capacitatea de prezentare coerentă a principalelor teorii și perspective 	test intermediar – cu rol de identificare a nivelului de pregătire, evaluare a eficienței predării, diagnosticarea dificultăților de învățare, ierarhizare a studenților dar și de autoevaluare pentru studenți)	15	



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

	definirea conceptelor studiate cu referire la bibliografie -logica și corectitudinea exprimării - capacitatea de stabilire a conexiunilor logico-teoretice între conceptele specifice cursului și conceptele altor discipline din domeniul relațiilor publice, studiate	verificare scrisă în evaluarea sumativă (examen final)	55	
Laborator	-realizarea temelor și proiectelor de seminar	evaluarea proiectelor	20	
	-prezența activă la seminar	evaluarea activității individuale și de grup desfășurate în cadrul seminarelor - prin chestionare orală	10	
Standard minim de performanță				
-realizarea temelor de seminar; -stăpânirea conceptelor de bază. (obținerea notei 5)				

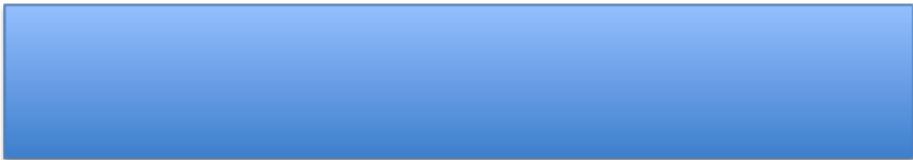
(*) Fișa disciplinei cuprinde componente adaptate persoanelor cu dizabilități, în funcție de tipul și gradul acestora.

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

Data completării: 08.09.2019

Data avizării în Departament: 16.09.2019

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular disciplină	Lect. dr. Raluca Stanciu	
Director de departament	Conf. dr. Andrei Gheorghiuță	



Anexa 2.

FIȘA DISCIPLINEI*

1. Date despre program

Instituția de învățământ superior	Universitatea Lucian Blaga din Sibiu
Facultatea	Facultatea de Științe Socio-Umane
Departament	Jurnalism, Relații Publice, Sociologie și Psihologie
Domeniul de studiu	Științele Comunicării
Ciclul de studii	Licență
Specializarea	Comunicare și Relații Publice

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	Relații Publice Online			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
38-04-02-305	DS	III	I	4
Tipul de evaluare	Categoriza formativă a disciplinei (DF=fundamentală.; DD=domeniu; DS=specialitate; DC=complementară)			
Examen	E1			
Titular activități curs	Lect. univ. dr. Anabella Beju			
Titular activități seminar / laborator/ proiect	Lect. univ. dr. Anabella Beju			

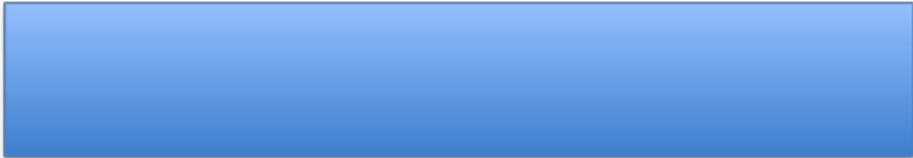
3. Timpul total estimat

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 _{sem})
28	-	14		42

Distribuția fondului de timp pentru studiu individual		Nr.ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe		20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren		14
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri		20
Tutoriat:		4
Examinări:		4
Total ore alocate studiului individual (NOSI _{sem})		58
Total ore pe semestru (NOAD _{sem} + NOSI _{sem})		100

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Discipline necesar a fi promovate anterior	Introducere în relații publice
--	--------------------------------



Competențe	-
------------	---

5. Condiții (acolo unde este cazul)

De desfășurare a cursului	sală de curs cu videoproiector
De desfășurare a sem/lab/pr	laborator multimedia

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>C2.1 Cunoașterea aprofundată a abordărilor specifice utilizării social media pentru promovarea organizațiilor și utilizarea adecvată a limbajului specific domeniului social media</p> <p>C2.2 Utilizarea cunoștințelor de specialitate pentru explicarea și interpretarea oportunităților și provocărilor asociate cu utilizarea platformelor digitale pentru promovarea organizațiilor</p> <p>C2.3 Utilizarea integrată a metodelor și tehnicilor de promovare specifice media digitale pentru a rezolva probleme teoretice și practice noi</p> <p>C2.4 Utilizarea nuanțată a criteriilor și metode relevante, pentru a formula judecăți de valoare și evaluări și a fundamenta decizii constructive cu privire la utilizarea media digitale pentru promovarea organizațiilor</p> <p>C2.5 Elaborarea de proiecte profesionale, utilizând inovativ un spectru variat de metode și tehnici specifice noilor media</p>
Competențe transversale	<p>CT1 Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipă cu îndeplinirea sarcinilor în condiții de autonomie și independență profesională</p> <p>CT3 Autocontrolul procesului de învățare, diagnoza nevoilor de formare, analiza critică și reflexivă a propriei activități profesionale</p>

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

Obiectivul general al disciplinei	1. Însușirea conceptelor, a abordărilor teoretice actuale și a strategiilor și tehnicilor specifice relațiilor publice online
Obiectivele specifice	<ol style="list-style-type: none"> Înțelegerea necesității de adecvare a profesiilor din aria <i>Științelor comunicării</i> la realitățile impuse de evoluția noilor media; Cunoașterea și înțelegerea implicațiilor apariției media digitale pentru practica relațiilor publice Înțelegerea și însușirea tehnicilor și instrumentelor de comunicare digitală și utilizarea strategică a acestora în relațiile publice Aprofundarea cunoștințelor dobândite în cadrul cursului și aplicarea lor practică; Dezvoltarea/exersarea abilității de a analiza și evalua diferitele conținuturi din mediul virtual relevante pentru specialiștii în comunicare și relații publice

8. Conținuturi

Curs	Nr. ore	
Curs 1	Paradigme ale comunicării și relațiilor publice în era online	2



Curs 2	Relații publice tradiționale vs. relații publice online. Adaptarea modelelor de relații publice la noile media	2
Curs 3	Ecosistemul relațiilor publice digitale	2
Curs 4	Strategia de relații publice digitale	2
Curs 5	Relația organizație-publicuri în mediul digital. Audiențe globale.	2
Curs 6	Rolul conținutului și creativității	2
Curs 7	Relațiile cu presa în mediul online	2
Curs 8	Strategia social media (I) - aspecte strategice ale social media, planificare conținut, tipuri și formate de conținut	2
Curs 9	Strategia social media (II) - social media targeting, conținut social media	2
Curs 10	Profesionalizarea influenței și influencerii	2
Curs 11	Transmedia Storytelling - Lumi narrative și audiențe globale	2
Curs 12	Provocări în practica relațiilor publice online - Diviziunea digitală	2
Curs 14	Relații publice online - Politici, etică digitală și legislație	2
Total ore curs:		28
Seminar/Laborator		Nr. ore
Lab 1	Campanii de relații publice online - Studii de caz	2
Lab 2	Greșeli și eșecuri în campaniile de relații publice online - Studii de caz	2
Lab 3	Planificarea unei campanii de relații publice online (I) - aplicație	2
Lab 4	Planificarea unei campanii de relații publice online (II) - aplicație	2
Lab 5	Comunități virtuale de brand și conversațiile online - Studiu de caz	2
Lab 6	Managementul reputației online - provocare sau oportunitate - dezbatere	2
Lab 7	Importanța datelor în PR - provocări și avantaje - studii de caz și discuții	2
Total ore seminar/laborator		14

Metode de predare

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Expunere ▪ Problematizare ▪ Conversația euristică ▪ Demonstrația ▪ Experiență prin explorare ▪ Participarea studenților la predare ▪ Exerciții ▪ Experiment ▪ Activitate în grup (studiu de caz, joc de rol) ▪ Lucrări practice 		
--	--	--

Bibliografie

Referințe bibliografice recomandate	<ol style="list-style-type: none"> 1. Balaban, D., & Mustățea, M. (2019). Users' perspective on the credibility of social media influencers in Romania and Germany. <i>Romanian Journal of Communication and Public Relations</i>, 21(1), 31-46. 2. Beju, A. (2018). <i>Relații publice online</i>. Suport de curs 3. Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. <i>Journal of computer-mediated Communication</i>, 13(1), 210-230. 4. Cismaru, D. (2012). <i>Social media și managementul reputației</i>, Tritonic, București.
-------------------------------------	--



	<ol style="list-style-type: none">5. Cmeciu, C. (2016). <i>Tendențe actuale în campaniile de relații publice</i>. Polirom, București.6. Dhanesh, Ganga S., and Gaelle Duthler. "Relationship management through social media influencers: Effects of followers' awareness of paid endorsement." <i>Public Relations Review</i> (2019).7. Einwiller, S. A., & Steilen, S. (2015). Handling complaints on social network sites—An analysis of complaints and complaint responses on Facebook and Twitter pages of large US companies. <i>Public Relations Review</i>, 41(2), 195-204.8. Freberg, K., Graham, K., McGaughey, K., & Freberg, L. A. (2011). Who are the social media influencers? A study of public perceptions of personality. <i>Public Relations Review</i>, 37(1), 90-92.9. Fournier, S., & Lee, L. (2009). Getting brand communities right. <i>Harvard business review</i>, 87(4), 105-111.10. Gómez, M., Lopez, C., & Molina, A. (2019). An integrated model of social media brand engagement. <i>Computers in Human Behavior</i>, 96, 196-206.11. Lovejoy, K., & Saxton, G. D. (2012). Information, community, and action: How nonprofit organizations use social media. <i>Journal of computer-mediated communication</i>, 17(3), 337-35312. Moreno, A., Navarro, C., Tench, R., & Zerfass, A. (2015). Does social media usage matter? An analysis of online practices and digital media perceptions of communication practitioners in Europe. <i>Public relations review</i>, 41(2), 242-253.13. Salcudean, M., & Muresan, R. (2017). The emotional impact of traditional and new media in social events. <i>Comunicar</i>, 25(50), 109-118.14. Verčič, D., Verčič, A. T., & Sriramesh, K. (2015). Looking for digital in public relations. <i>Public Relations Review</i>, 41(2), 142-152.
Referințe bibliografice suplimentare	<ol style="list-style-type: none">1. Coelho, P. S., Rita, P., & Santos, Z. R. (2018). On the relationship between consumer-brand identification, brand community, and brand loyalty. <i>Journal of Retailing and Consumer Services</i>, 43, 101-110.2. Geurin, A. N., & Burch, L. M. (2017). User-generated branding via social media: An examination of six running brands. <i>Sport Management Review</i>, 20(3), 273-284.3. Housholder, E., & LaMarre, H. L. (2015). Political social media engagement: Comparing campaign goals with voter behavior. <i>Public Relations Review</i>, 41(1), 138-140.4. Sălcudean, M. (2015). <i>New media, social media și jurnalismul actual</i>. Tritonic.5. Tursunbayeva, A., Franco, M., & Pagliari, C. (2017). Use of social media for e-Government in the public health sector: A systematic review of published studies. <i>Government Information Quarterly</i>, 34(2), 270-282.6. Van Ruler, B. (2015). Agile public relations planning: The reflective communication scrum. <i>Public Relations Review</i>, 41(2), 187-194.7. Yadav, M., Joshi, Y., & Rahman, Z. (2015). Mobile social media: The new hybrid element of digital marketing communications. <i>Procedia-social and behavioral Sciences</i>, 189, 335-343.

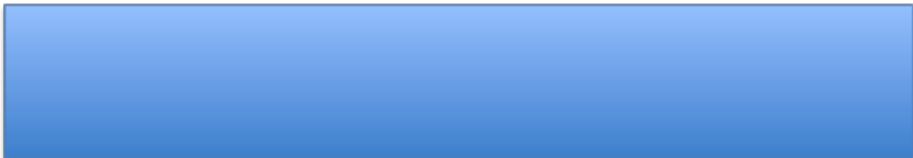
9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului

Se realizează prin contacte periodice cu acesteia în vederea analizei problemei.



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu



10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Ponderea în nota finală	Obs.**
Curs	Participare activă la discuții (CEF)		5%	
	Examen scris (CEF)		45%	
Laborator	Participare activă la dezbateri și proiecte realizate în cadrul seminarului (CPE; CEF)		20%	
	Portofoliu individual (teme de casă, studii de caz, eseuri) (nCPE; CEF)		30%	
Standard minim de performanță				
Elaborarea unui plan de utilizare a social media pentru un proiect concret de comunicare profesionalizată				
Promovarea examenului scris (obținerea notei 5)				

(*) 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;

Data completării: 3.09.2019

Data avizării în Departament: 16.09.2019

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular disciplină	Lector Univ. Dr. Anabella Beju	
Director de departament	Conf. Univ. Dr. Andrei Gheorghită	



Anexa 2.

FIȘA DISCIPLINEI***1. Date despre program**

Instituția de învățământ superior	Universitatea Lucian Blaga din Sibiu
Facultatea	Facultatea de Științe Socio-Umane
Departament	Jurnalism, Relații Publice, Sociologie și Psihologie
Domeniul de studiu	Științe ale comunicării
Ciclul de studii	Licență
Specializarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	Management de proiect			
Codul cursului	Tipul cursului	An de studiu	Semestrul	Număr de credite
38-04-02-316	DD	III	VI	4
Tipul de evaluare	Categorია formativă a disciplinei (DF=fundamentală.; DD=domeniu; DS=specialitate; DC=complementară)			
Examen				
Titular activității curs	Lect. univ. dr. Ioana Curta			
Titular activității seminar / laborator/ proiect	Lect. univ. dr. Ioana Curta			

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 _{sem})
28		14		42

Distribuția fondului de timp pentru studiu individual		Nr.ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe		24
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren		14
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri		14
Tutoriat:		2
Examinări:		4
Total ore alocate studiului individual (NOSI _{sem})		58
Total ore pe semestru (NOAD_{sem} + NOSI_{sem})		100

4. Preconțiții (acolo unde este cazul)

Discipline necesar a fi promovate anterior	
Competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

De desfășurare a cursului	
---------------------------	--



De desfășurare a sem/lab/pr

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	Conștientizarea și înțelegerea importanței însușirii unui mod de gândire managerial; cunoașterea etapelor întocmirii unui proiect, metode de redactare a unei cereri de finanțare. Capacitatea de identificare, combinare și utilizare adecvată a ansamblului de cunoștințe specifice managementului de proiect cu scopul rezolvării cu succes a situațiilor-problemă circumscrise. Implementarea de norme metodologice, masuri, politici și programe de natura economică.
Competențe transversale	Abilitatea de lucru în echipă, abilități de utilizare a instrumentelor de lucru IT specifice managementului proiectelor, rezolvarea de probleme și luarea deciziilor pentru gestionarea eficientă a proiectelor de diferite tipuri. Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și munca eficientă în cadrul echipei.

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

Obiectivul general al disciplinei	Dobândirea de competențe manageriale de către studenți pentru a realiza de proiecte. Să mărească capacitatea studenților de a lua decizii de tip managerial (a identifica soluțiile și instrumentele necesare pentru evitare/rezolvare problemelor).
Obiectivele specifice	Familiarizarea cu natura și scopul managementului de proiect, înțelegerea rolului managerului de proiect și a echipei de proiect, dar și înțelegerea modului de evaluare financiară a proiectului. Este foarte importantă înțelegerea managementului desfășurării proiectului, înțelegerea noțiunilor de management al costurilor proiectului și înțelegerea operațiunilor pe care le presupune închiderea proiectului.

8. Conținuturi

Curs	Nr. ore	
Curs 1	Introducere în Managementul Proiectelor	2
Curs 2	Legătura MP cu alte discipline ale științei	2
Curs 3	Caracteristicile unui proiect	2
Curs 4	Fazele și procesele proiectului	2
Curs 5	Conceptele unui proiect	2
Curs 6	Diagrama Pert	2
Curs 7	Diagrama Gantt	2
Curs 8	Categorii de persoane antrenate în proiecte	2
Curs 9	Instrumente folosite în managementul proiectelor	2
Curs 10	Alcătuirea și conducerea unei echipe de proiect	2
Curs 11	Managementul riscurilor	2
Curs 12	Marketing de proiect	2
Curs 13	Managementul timpului în proiecte	2
Curs 14	Evaluarea proiectelor	2
Total ore curs:		28



Seminar/Laborator		Nr. ore
Sem 1	Concepția de proiect și managementul proiectelor prin prisma programelor de finanțare europeană din România	2
Sem 2	Organizarea administrativă a programelor de finanțare europeană din România	2
Sem 3	Organizarea echipelor de proiect și rolul managerului de proiect	2
Sem 4	Planificarea proiectelor europene și estimarea costurilor	2
Sem 5	Estimarea costurilor și procedurile de achiziție publică	2
Sem 6	Contractarea proiectelor: contractul de finanțare și contractele din cadrul proiectului	2
Sem 7	Managementul timpului și ședințele de proiect	2
Total ore seminar/laborator		14

Metode de predare

Expunerea, prelegere, conversația euristică, problematizare, studii de caz, prezentare în PowerPoint pe videoprojector/ filme de prezentare	
---	--

Bibliografie

Referințe bibliografice recomandate	<ol style="list-style-type: none">1. Lock, Dennis 2000 Management de proiect Editura CODECS, București.2. Turner, J. Rodney – Simister, Stephen J. Manualul GOWER de management de proiect, Editura CODECS, București, 20073. Mocanu, Mariana – Schuster, Carmen Managementul proiectelor. Cale spre creșterea competitivității, Editura ALL BECK, București, 2001
Referințe bibliografice suplimentare	<ol style="list-style-type: none">4. Prostea Gabriela Managementul prin proiecte Editura Orizonturi, Universitatea Tehnică Timișoara, 20025. Constantinescu Dumitru, Nistorescu Tudor, Managementul proiectelor, Fundamente, metode, tehnici, Editura Sitech, Craiova, 2008.6. McCollum James, Banacu Cristian Silviu, Management de proiect, o abordare practică, Editura Universitară, București, 2005.7. Tom Mochal, Lecții de management de proiect, Editura Codecs, București, 2006

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

Se realizează prin contacte periodice cu acesteia în vederea analizei problemei.
--

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Ponderea în nota finală	Obs.**
Curs	<ul style="list-style-type: none">• definirea conceptelor studiate cu referire explicită la bibliografie• capacitate de prezentare coerentă a articulațiilor diferitelor perspective ale comunicării interculturale• evidențiere elementelor teoretice de actualitate	Evaluare prin examen scris, la finalul semestrului	50%	
	Insușirea cunoștințelor de specialitate	Doua Quiz-uri neanunțate, la curs	20%	cpe



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Laborator	Insușirea aspectelor teoretice și aplicarea lor corectă, în mod practic, în cadrul exercițiilor propuse. Abilitatea și competența în utilizarea strategiilor și tehnicilor de MPR.	Activități practice	20%	cef
	Coerență în exprimare. Implicare dinamică și creativă în activitățile practice	Proiect scris și prezentat	10%	
Standard minim de performanță				
Standard minim de performanță: operaționalizarea unuia dintre descriptorii tematici; prezentarea proiectului seminarial; prezența la curs și seminar				

(*) 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;

Data completării: 1.09.19

Data avizării în Departament: 16.09.19

	Grad didactic, titlul, prenume, numele	Semnătura
Titular disciplină	Lect. univ. dr. Ioana Curta	
Director de departament	Conf. univ. dr. Andrei Gheorghiuță	