

FIȘA DISCIPLINEI
Comunicare și relații publice, 2017-2018

1. Date despre program

1.1	Instituția de învățământ superior	Universitatea din Pitești
1.2	Facultatea	Facultatea de Științe Economice și Drept
1.3	Departamentul	Management și Administrarea Afacerilor
1.4	Domeniul de studii	Administrarea Afacerilor
1.5	Ciclul de studii	Licență
1.6	Programul de studiu / calificarea	Economia comerțului, turismului și serviciilor / Economist
1.7	Forma de învățământ	IFR

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei						Comunicare si relatii publice					
2.2 Titularul de disciplină (coordonator disciplină)						Conf. univ. dr. Secară Carmen Gabriela					
2.3 Titularul activităților de seminar						Conf. univ. dr. Secară Carmen Gabriela					
2.4	Anul de studii	III	2.5	Semestrul	1	2.6	Tipul de evaluare	V	2.7	Regimul disciplinei	O

3. Timpul total estimat

3.1	Total ore din planul de învăț.	28	3.2	Din care S.I.	14	3.3	SF / ST / L / P	14
Distribuția fondului de timp alocat studiului individual								ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe								24
din care:								
- Echivalent ore curs forma IF								14
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren								15
Pregătire seminarii, teme, referate, portofolii, eseuri								18
Tutorat								2
Examinări								-
Alte activități (comunicarea bidirecțională cu titularul de disciplină)								2
3.4	Total ore studiu individual	61						
3.5	Total ore pe semestru	75						
3.6	Număr de credite	3						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1	De curriculum	Noțiuni elementare de marketing
4.2	De competențe	Capacitatea de comunicare interpersonală, analiză, sinteză, raționament logic verbal, acuratețea ideilor expuse, corectitudine în folosirea normelor de gramatică ale limbii române.

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1	De desfășurare a cursului	► Materialul de studiu este realizat în tehnologie ID/IFR
5.2	De desfășurare a seminarului	- Dotarea corespunzătoare a sălii de seminar - Susținerea testului de verificare - Respectarea termenelor de predare a temei de casă

6. Competențe specifice vizate

Competențe profesionale	C.6. Asistență în managementul resurselor umane – 1 PC
Competențe transversale	CT1. Aplicarea principiilor și a normelor de deontologie profesională, fundamentate pe opțiuni valorice explicite, specifice specialistului în științele economice – 1 PC CT3. Utilizarea metodelor și tehnicilor eficiente de învățare pe tot parcursul vieții, în vederea formării și dezvoltării profesionale continue – 1 PC

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Însușirea tehnicilor de comunicare specifice atât individului, cât și organizațiilor, dezvoltarea abilităților de comunicare interpersonală, precum și elaborarea unor planuri, campanii complexe în domeniul relațiilor publice.
---------------------------------------	---

7.2 Obiectivele specifice	A. Obiective cognitive Conștientizarea și înțelegerea complexității procesului de comunicare, prin prisma elementelor și a legăturilor dintre elemente în cadrul diverselor modele ale comunicării ; - Înțelegerea procesului de formare, atribuire și „tranzacționare” a semnificațiilor, în funcție de diversele contexte în care se desfășoară comunicarea; - Cunoașterea diferitelor categorii de semne și a situațiilor în care folosirea acestora asigură eficacitatea și eficiența comunicării; - Cunoașterea regulilor constitutive, respectiv normative ale comunicării ; - Identificarea punctelor tari și a punctelor slabe care caracterizează propriile acte de comunicare; - Înțelegerea impactului pe care îl are climatul suportiv/ de susținere asupra performanței în comunicare; - Asimilarea unui sistem adecvat de concepte din domeniul relațiilor publice. B. Obiective procedurale - Formarea unei obișnuințe/ practici de ascultare activă; - Formarea unui mod personal, asertiv și constructiv de vorbire, atât în sfera privată, cât și în sfera publică, atât în situații de cooperare, cât și în situații conflictuale; - Deprinderea artei de a elabora materiale scrise adecvate obiectivelor de comunicare; - Însușirea artei de a combina diverse categorii de semne în funcție de specificitatea situațiilor de comunicare ; - Cunoașterea și aplicarea principiilor care asigură o comunicare de grup eficientă; - Deprinderea artei de a pregăti și susține un discurs public; - Însușirea competenței de a realiza activități de relații publice în domeniul turismului. C. Obiective atitudinale - Dobândirea abilităților necesare pentru a comunica eficient în situații profesionale; - Dobândirea de către studenți a principalelor tehnici de comunicare și relații publice în vederea participării la interviul de angajare, pentru realizarea unor strategii de comunicare la nivel organizațional, pentru a realiza campanii de relații publice. - Însușirea unui comportament etic în sfera PR-ului și a publicității.
---------------------------	--

8. Conținuturi

8.1. Studii individual echivalent ore curs de la forma I.F. (unități de învățare)		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
U1	TEMA 1 COMUNICAREA INTERUMANĂ EFICIENTĂ 1.1. Definirea comunicării; Condițiile comunicării eficiente (1 oră) 1.2. Formele comunicării: comunicarea verbală, nonverbală și paraverbală (1 oră)	2	- Utilizare facilități platformă e-learning (chat, forum) - E-mail - Consultații	Materialului didactic este divizat în unități de studiu, care facilitează învățarea graduală și structurată
U2	TEMA 2 PROGRAMAREA NEURO-LINGVISTICĂ	3		
U3	TEMA 3 ANALIZA TRANZACȚIONALĂ 3.1. Definirea analizei tranzacționale (1 oră) 3.2. Stările de spirit (1 oră)	2		
U4	TEMA 4 STRATEGIA DE COMUNICARE ÎNTR-O ORGANIZAȚIE DE COMERȚ/TURISM/SERVICII	3		
U5	TEMA 5 CONCEPTUL DE RELAȚII PUBLICE ȘI EVOLUȚIA ACESTORA 5.1. Noțiuni generale de relații publice (1 oră) 5.2. Departamentele și firmele de relații publice (1 oră)	2		
U6	TEMA 6 CAMPANIA DE RELAȚII PUBLICE 6.1. Tipuri de campanii de relații publice (1 oră) 6.2. Derularea unei campanii de relații publice (1 oră)	2		
Bibliografie				
1	Adler, Ronald B. și Rodman, G.	- <i>Understanding Human Communication</i> , 9th edition, Oxford University Press, New York, 2006		
2	Balaban Delia Cristina, Hosu Ioan, Mucundorfeanu Meda -	- <i>PR Trend. Development and Trends in Communication</i> , Mittweida Hochschulverg, Germany, 2013		
3	Chiru, I.	- <i>Comunicarea interpersonală</i> , Editura Tritonic, București, 2009		
4	Coman, C.	- <i>Tehnici de negociere</i> , Ed. C.H. Beck, București, 2007		
5	Cmeciu Camelia	- <i>Tendințe actuale în campaniile de relații publice</i> , Editura Polirom, 2013		

6	Dobrescu E., Botezat E.	- Dicționar de comunicare, negociere și mediere, Ed. C.H. Beck, 2007
7	Drăgan, I.	- <i>Comunicarea. Paradigme și teorii</i> , vol. I-II, Editura RAO, București, 2007
8	Hargie, O., Dickson, D.	- <i>Skilled Interpersonal Communication, 4th edition</i> , London and New York, 2004
9	Prutianu, I.	- <i>Antrenamentul abilităților de negociere</i> , Editura Polirom, 2007
10	Mucchielli Alex	- <i>Arta de a comunica. Metode, forme și psihologia situațiilor de comunicare</i> , Editura Polirom, 2015
11	Newsom, Doug	- <i>Totul despre relațiile publice</i> , Editura Polirom, Iași, 2013
12	Popescu, S.	- <i>Tehnici de comunicare și negociere – o perspectivă psihosociologică</i> , Ed. Hamangiu, 2014
13	Rujoiu, M.	- <i>Biblia negociatorului</i> , Editura Vidia, 2011
14	Popescu, D., M.	- <i>Comunicare și negociere în afaceri</i> , Ed. Biblioteca, 2010
15	Shell, G., R.	- <i>Negocierea în avantaj</i> , Editura Codecs, București, 2007
16	Smith, Ronald D.,	- <i>Strategic Planning for Public Relations, 2nd edition</i> , Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, Mahwah (N.J.), London, 2005
17	Secară, C., G.	- <i>Comunicare și negociere comercială internațională – curs universitar</i> -, Editura Sitech, Craiova, 2011
18	Secară, C., G.	- <i>Comunicare și relații publice – suport de curs pentru I.F.R. (format electronic)</i> , 2016
19	Vasile, D.	- <i>Comunicare și negociere în afaceri</i> , Ed. ASE București, 2011.

8.2. Aplicații: Seminar		Nr. ore	Metode de predare	Observații Resurse folosite
1	Seminar organizatoric: prezentarea obiectivelor disciplinei, a competențelor vizate, distribuirea temelor și a referatelor	2	- dialogul - dezbateri lucru în echipă - conversația euristică - Analiză critic – constructivă a lucrărilor realizate	Studiu de caz, prezentare temă de casă, test de verificare
2	Exerciții de autocunoaștere a comportamentului, personalității și temperamentului studenților	4		
3	Susținerea unui discurs de promovare a imaginii unui produs / servicii / organizații în fața unui public - țintă	2		
4	- Axa campaniei de relații publice ✓ Axa, sloganul, semnătura instituțională ✓ Formularea axei Studii de caz	2		
5	Realizarea unei campanii de promovare a unui produs / serviciu / organizație pe baza elementelor de identitate vizuală	2		
6	Evaluare finală	2		

Bibliografie:

- Balaban, D.,
Abrudan, M. - *Tendințe în PR și publicitate, planificare strategică și instrumente de comunicare*, Editura Tritonic, București, 2008
- Balaban, D. - *Comunicare mediatică*, Ed. Tritonic, București, 2009
- Balaban, C., D.,
Hosu, I.,
Mucundorfeanu, M. - *PR Trend. Development and Trends in Communication*, Mittweida Hochschulverg, Germany, 2013
- Dagenais, B. - *Campania de relații publice* -, Editura Polirom, Iași, 2008
- Choen, H. - *Arta de a negocia*, Editura Humanitas, București, 2007;
- Curry, J., E. - *Negocieri internaționale în afaceri*, Editura Teora, București, 2000;
- Joannes, A. - *Comunicarea prin imagini*, Editura Polirom, Iași, 2009
- Mucchielli, A.,
Minulescu, M.,
Pânișoară, I., O. - *Comunicarea în instituții și organizații*, Editura Polirom, Iași, 2008
- Minulescu, M.,
Pânișoară, I., O. - *Comunicare organizațională*, Editura Fundației România de Măine, București, 2004;
- Popescu, S.,
Popescu, S. - *Tehnici de comunicare și negociere – o perspectivă psihosociologică*, Ed. Hamangiu, 2014
- Secară, C., G. - *Comunicare și relații publice – suport de curs pentru I.F.R. (format electronic)*, 2016
- Secară, C., G. - *Comunicare și negociere comercială internațională – curs universitar*-, Editura Sitech, Craiova, 2011
- Tudor, D. - *Relații publice în mediul internațional – curs universitar*, Editura SNSPA, București, 2006

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

- Competențele procedurale și atitudinale ce vor fi achiziționate la nivelul disciplinei – vor satisface așteptările angajatorilor din domeniul administrarea afacerilor
- Întâlniri periodice cu angajatorii în scopul corelării conținutului disciplinei și metodelor de predare cu așteptările acestora

Notă: Universitate din Pitești evaluează periodic gradul de satisfacție al reprezentanților angajatorilor față de competențele profesionale și transversale dobândite de către absolvenți.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Studiu individual, echivalent curs de la forma I/F	- corectitudinea și exhaustivitatea cunoștințelor; - coerența logică; - gradul de asimilare a limbajului de specialitate.	- Evaluare scrisă în timpul semestrului; - Evaluare finală.	30 % 10%
10.5 Seminar	-participarea activă la seminar, rezolvarea studiilor de caz; - gradul de încadrare în cerințele impuse în ceea ce privește realizarea temei de casă.	- Expunerea liberă a studentului; - Chestionare orală sub formă de dialog. -Prezentarea orală a temei de casă; -Chestionare orală.	30% 30%
10.6 Standard minim de performanță	1. Comunicarea unor informații utilizând corect limbajul științific referitor la domeniul comunicării și relațiilor publice 2. Cunoașterea conceptelor de bază proprii disciplinei "Comunicare și relații publice" 3. Capacitatea de a aplica cunoștințele dobândite în realizarea unei campanii de relații publice.		

Data completării
23 septembrie 2017

Titular de disciplină,
Conf. univ. dr. Secară Carmen

Titular de seminar,
Conf. univ. dr. Secară Carmen

Data aprobării în Consiliul departamentului,
03 octombrie 2017

Director de departament,
(prestator)
Conf. univ. dr. Daniela Mihai

Director de departament,
(beneficiar),
Conf. univ. dr. Daniela Mihai

Director Centru IFR,
Conf. univ. dr. Mădălina BRUTU