

FIȘA DISCIPLINEI
(în baza OM nr. 5703/2011)

Aprobat prin decizia Consiliului
Facultății nr. 27/22.10.2015

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Sapiientia din Cluj-Napoca
1.2. Facultatea/ DSPP	Facultatea de Științe și Arte
1.3. Domeniul de studii	Cinematografie, forografie, media
1.4. Ciclul de studii	Licență
1.5. Programul de studiu	Cinematografie, fotografie, media
1.6. Calificarea	Comunicare audiovizuală: scenaristică, publicitate media, filmologie

2. Date despre disciplină

2.0. Departamentul	Media						
2.1. Denumirea disciplinei	Relații publice						
2.2. Titularul disciplinei/a activităților de curs							
2.3. Titularul (ii) activităților de	seminar						
	laborator		asist. univ. drd. Boné Ferenc				
	proiect						
2.4. Anul de studiu	2	2.5. Semestrul	2	2.6. Tipul de evaluare	C	2.7. Regimul disciplinei	DO

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1. Număr de ore pe săptămână	2	Din care: 3.2. curs		3.3. seminar /laborator /proiect /practica	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	28	Din care: 3.5. curs		3.6. seminar /laborator /proiect /practica	28
Distribuția fondului de timp:					ore
a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					17
b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					10
c) Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					10
d) Tutoriat					5
e) Examinări					5
f) Alte activități:					
3.7. Total ore studiu individual	47				
3.8. Total ore pe semestru	75				
3.9. Numărul de puncte de credit	3				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. De curriculum	
4.2. De competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. De desfășurare a cursului	
5.2. De desfășurare a seminarului/laboratorului/proiectului	Dezvoltarea unor teme de către studenți, discuție, proiectii.

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	Analiza funcțiilor și tehnicilor publicității ca formă de comunicare. Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și munca eficientă în cadrul echipei.
Competențe transversale	Identificarea oportunităților de formare continuă și valorificarea eficientă a resurselor și a tehnicilor de învățare pentru propria dezvoltare.

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Obiectivul principal al disciplinei este de a împărtăși cunoștințe fundamentale în legătură cu profesia și activitatea de relații publice, despre diferitele funcții de specialitate prezente pe piață și sarcinile acestora, precum și informații detaliate asupra domeniului relații media (Media Relations), având în vedere profilul specializării.
7.2. Obiectivele specifice	

8. Conținuturi

8.3. Laborator	Metode de predare	Observații
01. Introducere; stabilirea cerințelor		2 ore
02. Domeniul public	studiu de caz, dezbateri	2 ore
03. Teoria acțiunii comunicative	studiu de caz, dezbateri	2 ore
04. Internal PR	studiu de caz, dezbateri	2 ore
05. Corporate PR	studiu de caz, dezbateri	2 ore
06. Industry Relations	studiu de caz, dezbateri	2 ore
07. Consumer Relations	studiu de caz, dezbateri	2 ore
08. Media Relations	studiu de caz, dezbateri	2 ore
09. Public Affairs	studiu de caz, dezbateri	2 ore
10. Marketing PR	studiu de caz, dezbateri	2 ore
11. Crisismanagement	studiu de caz, dezbateri	2 ore
12. Eventmanagement	studiu de caz, dezbateri	2 ore
13. Sponsorizarea	studiu de caz, dezbateri	2 ore
14. Colocviu		2 ore

Bibliografie

Gagyı József: *Örökség és közkapcsolatok (PR)*. Scientia, Kolozsvár 2008.

Habermas, Jürgen: *A társadalmi nyilvánosság szerkezetváltozása: vizsgálódások a polgári társadalom egy kategóriájával kapcsolatban*. Gondolat, Budapest, 1971.

Habermas, Jürgen: *Filozófiai diskurzus a modernségről. Tizenkét előadás*. Helikon, Budapest, 1998.

Heath, Robert L. (ed.): *The SAGE Handbook of Public Relations*. Thousand Oaks–London, SAGE Publications, 2001. (i.)

Johnston, Jane–Clara Zawawi: *Public Relations: Theory and Practice*. Crows Nest, Allen & Unwin, 2009. (i.)

L'Etang, Jacquié–Magda Pieczka (eds.): *Public Relations: Critical Debates and Contemporary Practice*. New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates, 2006. (i.)

Moloney, Kevin: *Rethinking Public Relations: PR Propaganda and Democracy*. London, Routledge, 2006. (i.)

Moloney, Kevin: *Rethinking Public Relations: The Spin and the Substance*. London, Routledge, 2000. (i.)

Morris, Trevor–Simon Goldsworthy: *PR A Persuasive Industry? Spin, Public Relations and The Shaping of the Modern Media*. New York, Palgrave Macmillan, 2008. (i.)

Rus, Flaviu Călin: *Campanii și strategii de PR*. Institutul European, Iași, 2009.

Szeles Péter: *Public Relations alapismeretek*. Bessenyei György Könyvkiadó, Nyíregyháza, 2003.

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

Conținutul și bibliografia acestei discipline este în concordanță cu ceea ce se studiază în alte centre universitare din țară și străinătate.

10. Evaluare

A. Condiții de îndeplinit pentru prezentarea la evaluare: prezență, temă realizată

B. Criterii, metode și ponderi în evaluare:

Tip activitate		10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs				
10.5.	Seminar			
	Laborator		referat	90%
	Proiect			
10.6. Standard minim de performanță 45%				

Data completării
10.09.2015

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar
asist. univ. drd. Boné Ferenc



Data avizării în departament
15.09.2015

Semnătura directorului de departament,
prof. univ. dr. Pethő Ágnes

