

FIȘA DISCIPLINEI

1.1. Instituția de învățământ	Universitatea din București
1.2.Facultatea	Facultatea de Istorie
1.3.Departamentul	Relații Internaționale și Istorie Universală
1.4.Domeniul de studii	Relații internaționale și studii europene
1.5.Ciclul de studii	Licență
1.6.Programul de studii/Calificarea	Relații internaționale și studii europene

1.Date despre program

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Comunicare politică și relații publice						
2.2 Titularul activităților de curs							
2.3 Titularul activităților de seminar							
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	II	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	DD-DO

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	2	3.2 Din care: curs	-	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	28	3.5 Din care: curs	-	3.6 seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp:					
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe: 16					
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren: 10					
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri: 8					

Tutoriat: 8	
Examinări: 2	
Alte activități: 3	
3.7 Total de ore de studiu individual	47
3.8 Total de ore pe semestru	75
3.9 Numărul de credite	3

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. De curriculum	<input type="checkbox"/>
4.2. De competente	<input type="checkbox"/>

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1.	De desfășurare a cursului	<input type="checkbox"/>
5.2.	De desfășurare a seminarului/laboratorului	

6. Competențele specifice acumulate

Competențe Profesionale:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Înșușirea conceptelor de bază privind domeniul comunicării politice și al relațiilor publice; ▪ Elaborarea de proiecte specifice comunicării politice; ▪ Utilizarea adecvată a noțiunilor esențiale specifice relațiilor publice și comunicării politice; ▪ Conceperea și elaborarea livrabilelor de comunicare publică: monitorizări de presă, analize swot, punctaje pentru emisiuni, comunicate de presă, discurs politic, declarații de presă/ ▪ Analiza fenomenelor și situații de criză de comunicare politică; ▪ Dezvoltarea gândirii critice și a tehnicilor de analiză a comunicării publice.
Competențe Transversale:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gestionarea informațiilor în vederea rezolvării sarcinilor specifice; ▪ Implicarea în activități practice pe teme de comunicare politică. ▪ Aplicarea tehnicilor de comunicare și cooperare în nuna de echipă, ▪ Promovarea unui sistem de valori specific societăților democratice (responsabilitate, implicare, cooperare, integritate, moralitate etc.)

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

7.1.	Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> • Studentul va cumula cunoștințe de comunicare politică și de analiză a comunicării publice în context național și internațional. De asemenea, studentul va exersa tehnici de relații publice ca mecanism de obținere a consimțământului publicului targetat.
7.2.	Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> • La finalul cursului, studentul va avea competențe de elaborarea a unor materiale de comunicare publică. Studentii vor putea implementa instrumente de lucru specifice relațiilor publice și tehnici de comunicare politică. • Studentul va fi capabil să evalueze impactul pe termen scurt / lung al mesajului adecvat canalului și publicului țintă.

8. Conținuturi

8.1.Curs	Metode de predare	Observații
8.2 Seminar / laborator	Metode de predare	Observații
1. Comunicarea politică. Efecte ale comunicării politice.	Prelegere	
Comunicare proactivă și reactivă	Expunere	
	Exemplificare	
2. Analiza situației. Analiza comunicării publice în context.	Prelegere	
Comunicarea permanentă și relațiile publice	Expunere	
	Exemplificare	
3. Imagine și identitate instituțională. De la marcă la brand.	Prelegere	
Reputația.	Expunere	
	Exemplificare	
4. Poziționarea. Diferențierea	Prelegere	
4.2 Construcția de profil	Expunere	
4.3 Profilul dezirabil	Exemplificare	
4.4 Profilul interzis		
4.5 Planul de comunicare. Planul media de creștere a		
notorietății		
5. Strategii și campanii de comunicare publică.	Prelegere	
Ofensiva, Defensiva, Nișa, Gherila.	Expunere	
	Exemplificare	
6. Stiluri de campanie de comunicare publică	Prelegere	
6.2 Activă vs. Reactivă	Expunere	
6.3 Centrată pe instituție vs. centrată pe lider	Exemplificare	
6.4 Auto-centrată (pozitivă, nonagresivă) vs. Campanie de atac		
(negativă, denigratoare)		

7. Tactici de relații publice: monitorizare și audit. Comunicatul de reacție. Narativ și contranarativ.	Prelegere Expunere Exemplificare	
8. Mesajul public. Adaptarea mesajului la audiență. Discursul și alte forme de transmitere a mesajului public: speech-ul, declarația de presă, interviul.	Prelegere Expunere Exemplificare	
9. Relația cu diferite publicuri-țintă. Relația cu mass-media & influenceri/ KOL.	Prelegere Expunere Exemplificare	
9. Fake-news și dezinformare ca instrumente de propagandă și comunicare negativă.	Prelegere Expunere Exemplificare	
10. Parteneriate interinstituționale și advocacy.	Prelegere Expunere Exemplificare	
11. Comunicarea în situații de criză.	Prelegere Expunere Exemplificare	
12. Evaluare comunicării. KPIs	Prelegere Expunere Exemplificare	
<p>Bibliografie:</p> <p>AERON, David, <i>Political Communication. A new Introduction for Crisis Times</i>, Polity Press, Cambridge, 2019</p> <p>BERNYS, Edward, <i>Propaganda</i>, Alexandria Publishing House, Suceava, 2012.</p> <p>DAGENAIS, Bernard, <i>Campania de relații publice</i>, Polirom, București, 2003</p> <p>DINU, Mihai, <i>Comunicarea</i>, Editura Științifică, București, 1997</p> <p>KAPFERER, Jean-Noël, <i>Zvonurile. Cel mai vechi mijloc de informare din lume</i>, Humanitas, București, 1993</p> <p>McNAIR, Brian, <i>Introducere în comunicarea politică</i>, Ed. Polirom, Iași, 2007</p> <p>MCNAIR, Brian, <i>Fake News, Falsehood, Fabrication and Fantasy in Journalism</i>, Routledge, 2018</p>		

MUCHELLI, Alex, *Arta de a influența*, Polirom, București, 2002
 PREDA, Marian, *Comportament organizațional. Teorii, exerciții și studii de caz*, Polirom, Iași, 2006
 RAMONET, Ignacio, *Tirania comunicării*, Doina, București, 2000
 RIES, Al, TROUT, Jack, *Poziționarea. Lupta pentru un loc în mintea ta. Cum să te faci văzut și auzit pe o piață de desfacere supraaglomerată*, Ed. BrandBuilders, 2004.
 SCHWARTZENBERG, Roger, Gerard, *Statul-spectacol, Eseu asupra și împotriva star-sistemului în politică*, Ed. Scripta, București, 1995
 STROMBACK, Jesper, KIOUSIS, Spiro, *Political Public Relations, Principles and Applications*, Routledge, New York, London, 2011

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

- Disciplina a fost elaborata in concordanta cu lucrarile din domeniu, publicate în țara și străinătate.
- Unele teme din cadrul cursului cuprind aspecte relevante, ce fac obiectul preocuparilor instituțiilor de profil sau al unor conferințe științifice internationale, inclusiv dezbateri în cadrul revistelor de circulație internațională.

10. 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	Înșușirea informațiilor aferente cursului și bibliografiei obligatorii.	Livrarea unui material la dead-line	80%
	Aplicarea noțiunilor și	Implicarea la seminar,	20%

	conceptelor dobândite la curs	interventii, prezență	
10.6.Standard minim de performanță	Cunoașterea și operarea cu conceptele și noțiunile de bază utilizate.		

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

Semnătura directorului de departament