

FIȘA DISCIPLINEI
INTRODUCERE ÎN ȘTIINȚA COMUNICĂRII ȘI A RELAȚIILOR
PUBLICHE

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA DE VEST “VASILE GOLDIȘ” DIN ARAD
1.2. Facultatea	FACULTATEA DE ȘTIINȚE SOCIO-UMANE ȘI EDUCAȚIE FIZICĂ ȘI SPORT
1.3. Departamentul	ȘTIINȚE SOCIALE ȘI UMANISTE
1.4. Domeniul de studii	STUDII DE SECURITATE
1.5. Ciclul de studii	LICENȚĂ
1.6. Programul de studii	STUDII DE SECURITATE

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei		INTRODUCERE ÎN ȘTIINȚA COMUNICĂRII ȘI A RELAȚIILOR PUBLICE					
2.2. Titularul activităților de curs		LECT.UNIV. DR. FALCĂ GHEORGHE					
2.3. Titularul activităților de seminar		LECT.UNIV. DR. DANIEL IAROSLAV					
2.4. Anul de studiu	II	2.5. Semestrul	3	2.6. Tipul de evaluare	CV	2.7. Regimul disciplinei	DD

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	4	din care 3.2. curs	2	3.3. Seminar / laborator	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	56	din care 3.5. curs	28	3.6. Seminar / laborator	28
Distribuția fondului de timp					ORE
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					10
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					4
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					3
Tutoriat					-
Examinări					2
Alte activități:					-
3.7. Total ore studiu individual					19
3.8. Total ore din planul de învățământ					56
3.9. Total ore pe semestru					75
3.10. Numărul de credite					3

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. Precondiții de curriculum	-
4.2. Precondiții de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. Condiții de desfășurare a cursului	-
5.2. Condiții de desfășurare a seminarului / laboratorului	-

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none">• Aplicarea fundamentelor teoriilor sociale și politice în înțelegerea, analizarea și evaluarea organizării socio-politice<ul style="list-style-type: none">- Utilizarea adecvată în comunicarea profesională a conceptelor de bază din domeniul studiilor de securitate;- Aplicarea conceptelor fundamentale din științele politice în descrierea și explicarea unor evenimente sau procese specifice securității;- Analiza unei situații date prin aplicarea unor principii, teorii și metode fundamentale din domeniul științelor politice.
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none">• Gestionarea informațiilor specifice rezolvării sarcinilor complexe în context (receptarea, transmiterea, prelucrarea, stocarea informațiilor în documente de profil), inclusiv prin utilizarea la nivel avansat a unei limbi de circulație internațională și la nivel mediu sau avansat a unei a doua limbi străine;

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	Să aplice fundamentele teoriilor de comunicare;
7.2. Obiectivele specifice	Să utilizeze adecvat conceptele de bază specifice teoriilor de comunicare; Să recurgă la descrierea și analiza studiilor de caz prin prelucrarea conținutului documentelor de profil; Să utilizeze corect limbajul de specialitate.

8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Observații
Introducere în domeniul comunicării publicitare, agenția de publicitate	Prelegerea, analiza, explicarea	-
Mixul de marketing (I-II)	Prelegerea, analiza, explicarea	-
Mixul de marketing (I-II)	Prelegerea, analiza, explicarea	-
Noțiunea de imagine (I-II)	Prelegerea, analiza, explicarea	-
Noțiunea de imagine (I-II)	Prelegerea, analiza, explicarea	-
Poziționarea (I-II)	Prelegerea, analiza, explicarea	-
Poziționarea (I-II)	Prelegerea, analiza, explicarea	-
Strategiapublicitară (I-II)	Prelegerea, analiza, explicarea	-
Strategiapublicitară (I-II)	Prelegerea, analiza, explicarea	-
Planificareapublicitară (I-II)	Prelegerea, analiza, explicarea	-
Planificareapublicitară (I-II)	Prelegerea, analiza, explicarea	-
Elementecampanieipublicitare (I-II)	Prelegerea, analiza, explicarea	-
Elementecampanieipublicitare (I-II)	Prelegerea, analiza, explicarea	-
Recapitulare	Prelegerea, analiza, explicarea	-
Bibliografie:		

Balaban, Delia Cristina, Publicitatea de la planificarea strategică la implementarea media, Polirom, Iași, 2009.

Frey, Siegfried, Die Macht des Bildes, Verlag Hans Huber, Bern, 1999.

Kroeber-Riel, Werner, Bildkommunikation, Verlag Vahlen, München, 1996.

Petre, Dan și Dragoș Iliescu, Psihologia reclamei, comunicare.ro, 2006.

Petrescu, Dacinia Crina, Creativitate si investigare in Publicitate, Carpatica, Cluj-Napoca, 2002.

Russel, Thomas, Lane, Ronald, Manual de publicitate, Editura Teora, 2002.

8.2. Seminar / laborator	Metode de predare	Obser vații
Aspecte administrative. Cerințele seminarului. Noțiuni introductive	Expunerea	-
Introducere în domeniul comunicării publicitare	Analiza, argumentarea, expunerea	-
Mixul de marketing și submixul publicitar (I-II)	Analiza, argumentarea, expunerea	-
Mixul de marketing și submixul publicitar (I-II)	Analiza, argumentarea, expunerea	-
Conceptul de imagine (I-II)	Analiza, argumentarea, expunerea	-
Conceptul de imagine (I-II)	Analiza, argumentarea, expunerea	-
Comportament poziționare (I-II)	Analiza, argumentarea, expunerea	-
Comportament poziționare (I-II)	Analiza, argumentarea, expunerea	-
Campania publicitară (I-IV)	Analiza, argumentarea, expunerea	-
Campania publicitară (I-IV)	Analiza, argumentarea, expunerea	-
Campania publicitară (I-IV)	Analiza, argumentarea, expunerea	-
Campania publicitară (I-IV)	Analiza, argumentarea, expunerea	-
Recapitulare	Analiza, argumentarea, expunerea	-
Recapitulare	Analiza, argumentarea, expunerea	-
Bibliografie:		
Balaban, Delia Cristina, Publicitatea de la planificarea strategică la implementarea media, Polirom, Iași, 2009.		

Frey, Siegfried, Die Macht des Bildes, Verlag Hans Huber, Bern, 1999.

Kroeber-Riel, Werner, Bildkommunikation, Verlag Vahlen, München, 1996.

Petre, Dan și Dragoș Iliescu, Psihologia reclamei, comunicare.ro, 2006.

Petrescu, Dacia Crina, Creativitate si investigare în Publicitate, Carpatica, Cluj-Napoca, 2002.

Russel, Thomas, Lane, Ronald, Manual de publicitate, Editura Teora, 2002.

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

- Conținuturile disciplinei au fost elaborate în deplină conformitate cu lucrările de specialitate, publicate în țară sau în străinătate.
- Temele abordate pe parcursul cursurilor și seminariilor formează obiectul dezbaterilor academice în cadrul instituțiilor de profil, precum și în cadrul diverselor conferințe naționale sau internaționale.

10. Evaluare

Tip de activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Curs	Înșușirea informațiilor aferente cursului și bibliografiei obligatorii.	Colocviu	50%
Seminar / laborator / proiect	Evaluarea activității individuale de seminar pe parcursul întregului semestru	Intervenții individuale, elaborare de referate	50%
Standard minim de performanță	Înșușirea informațiilor aferente cursului și bibliografiei obligatorii.		