

FIȘA DISCIPLINEI¹

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Politehnică din Timișoara
1.2 Facultatea ² / Departamentul ³	Științe ale Comunicării / Comunicare și Limbi străine
1.3 Catedra	—
1.4 Domeniul de studii (denumire/cod ⁴)	Științe ale comunicării (40 30 10 60)
1.5 Ciclu de studii	Licență
1.6 Programul de studii (denumire/cod)/Calificarea	Comunicare și relații publice (40 30 10 60 20)

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Campanii electorale						
2.2 Titularul activităților de curs	Lect. dr Vasile Gherheș						
2.3 Titularul activităților aplicative ⁵	Lect. dr Vasile Gherheș						
2.4 Anul de studiu ⁶	III	2.5 Semestrul	2	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	S

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/ proiect/practică	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	28, din care:	3.5 curs	14	3.6 activități aplicative	14
3.7 Distribuția fondului de timp pentru activități individuale asociate disciplinei					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					10
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					8
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					7
Tutoriat					3
Examinări					2
Alte activități					0
Total ore activități individuale					30
3.8 Total ore pe semestru ⁷	58				
3.9 Numărul de credite	3				

¹ Formularul corespunde Fișei Disciplinei promovată prin OMECTS 5703/18.12.2011 (Anexa3).

² Se înscrie numele facultății care gestionează programul de studiu căruia îi aparține disciplina.

³ Se înscrie numele departamentului căruia i-a fost încredințată susținerea disciplinei și de care aparține titularul cursului.

⁴ Se înscrie codul prevăzut în HG nr. 493/17.07.2013.

⁵ Prin activități aplicative se înțeleg activitățile de: seminar (S) / laborator (L) / proiect (P) / practică (Pr).

⁶ Anul de studii la care este prevăzută disciplina în planul de învățământ.

⁷ Se obține prin însumarea numărului de ore de la punctele 3.4 și 3.7.

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	<ul style="list-style-type: none">• Noțiuni de publicitate• Persuasiune și opinie publică• Crearea de imagine
4.2 de competențe	<ul style="list-style-type: none">•

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none">• Sală mare; materiale suport: laptop, proiector, tablă
5.2 de desfășurare a activităților practice	<ul style="list-style-type: none">• Sală de seminar cu proiector și tablă

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale ⁸	C4: Realizarea și promovarea unui produs de relații publice C5: Asistență de specialitate în gestionarea comunicării de criză și/sau în medierea conflictelor de comunicare
Competențe transversale	CT1: Rezolvarea în mod realist - cu argumentare atât teoretică, cât și practică - a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Familiarizeze studenților cu principalele tehnici și instrumente ale campaniei electorale
7.2 Obiectivele specifice	Formarea deprinderilor ce țin de organizarea unei campanii electorale

8. Conținuturi

8.1 Curs	Număr de ore	Metode de predare
1. Identitatea și imaginea organizației politice	3	Prelegere, prezentări PPT, conversații, explicații, exemplificări
2. Mecanismele de tip electoral și definirea situației electorale	3	
3. Comunicarea politică în campania electorală	3	
4. Studiile de imagine și construcția imaginii	3	
5. Tehnici de campanie electorală	3	
6. Marketingul politic	3	
7. Eficiența campaniilor electorale	3	

⁸ Aspectul competențelor profesionale și competențelor transversale va fi tratat cf. Metodologiei OMECTS 5703/18.12.2011. Se vor prelua competențele care sunt precizate în Registrul Național al Calificărilor din Învățământul Superior RNCIS (http://www.rncis.ro/portal/page?_pageid=117,70218&_dad=portal&_schema=PORTAL) pentru domeniul de studiu de la pct. 1.4 și programul de studii de la pct. 1.6 din această fișă, la care participă disciplina.

Bibliografie⁹

1. Beciu, C. - *Comunicare politică*, Editura Comunicare.ro, București 2002.
2. Frigioiu, N. – *Imaginea publică a liderilor si institutiilor publice*, Editura Comunicare.ro, Bucuresti, 2004.
3. Gerstle, J. – *Comunicarea politică*, Editura Institutul European, Iași, 2002.
4. Ghilezan, M., *Manualului de campanie electorală – elemente de New Media*, Editura Brumar, Timișoara, 2012
5. Guțu, D., *New Media*, Editura Tritonic, București, 2008
6. McNair, B. - *Introducere în comunicarea politică*, Editura Polirom, Iași, 2007.
7. Stanciugelu, S. – *Logica manipulării. 33 de tehnici de manipulare politică românească*, Editura C. H. Beck, 2010
8. Sălcudeanu, T., *Bloguri, Facebook și politică*, Editura Tritonic, București, 2009
9. Stefanel, A. - *Imaginarul colectiv al electoratului*, Editura Institutul European, Iași, 2014

8.2 Activități aplicative¹⁰

	Număr de ore	Metode de predare
1. Organizarea campaniei electorale. Resurse, instrumente și tactici.	3	Prezentări de proiecte, dezbateri, expuneri de argumente, discuții, întrebări, exerciții
2. Tehnici de campanie electorală. Culoarea. Simbolul. Telefonul alegătorului. Scrisori electorale. Fotografia electorală. Afișul. Caricatura	3	
3. Reprezentarea verbală a politicianului candidat. Studii de caz.	3	
4. Reprezentarea iconică a politicianului candidat. Studii de caz.	3	
5. Rolul spin-doctorilor. Gestionarea situațiilor de criză într-o campanie electorală. Evaluarea campaniei	3	
6. Manipulare și persuadare. Construcția și conținutul mesajului persuasiv.	3	
7. Dezinformare și intoxicare. Tacticile dezinformării. Regulile dezinformării. Strategii de dezinformare.	3	

Bibliografie¹¹

- Beciu, C. – *Politica discursivă. Practici politice într-o campanie electorală*, Editura Polirom, Iași, 2000.
- Bulai, A. – *Mecanisme electorale ale societății românești*, Editura Paideia, București, 1999.
- Ghilezan, M. – *Cum să reușești în politică. Manual de campanie electorală*, Editura Active Vision 2000,
- Kapferer, J. N. - *Căile persuasiunii. Modul de influențare a comportamentelor prin mass media si publicitate*, Editura Comunicare.ro, București, 2002
- Kapferer, J. N. – *Zvonurile*, Editura Humanitas, București, 2006
- Larson, Ch. U., *Persuasiunea - receptare și responsabilitate*, Editura. Polirom, Iași, 2003
- Stanciugelu, S. – *Logica manipulării. 33 de tehnici de manipulare politică românească*, Editura C. H. Beck, Bucuresti, 2010.
- Tudor, Sorin, - *Politica 2.0 0.8 Politica marketingului politic*, Editura Tritonic, București, 2008

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

- Cunoștințele legate de organizarea unei campanii electorale sunt importante pentru integrarea pe o piață a muncii specifică, ele facilitează rezolvarea optimă, eficientă a problemelor pe care specialistul în relații publice trebuie să le rezolve;
- Conținutul disciplinei este corelat cu alte programe similare din cadrul altor instituții de învățământ superior din țara și din străinătate. Pentru o mai bună adaptare la cerințele pieței muncii, conținutul disciplinei se concentrează pe abilități de organizare, comunicare, relaționare, planificare

⁹ Cel puțin un titlu trebuie să aparțină colectivului disciplinei iar cel puțin 3 titluri trebuie să se refere la lucrări relevante pentru disciplină, de circulație națională și internațională, existente în biblioteca UPT.

¹⁰ Tipurile de activități aplicative sunt cele precizate în nota de subsol 5. Dacă disciplina conține mai multe tipuri de activități aplicative atunci ele se trec consecutiv în liniile tabelului de mai jos. Tipul activității se va înscrie într-o linie distinctă sub forma: „Seminar:”, „Laborator:”, „Proiect:” și/sau „Practică:”.

¹¹ Cel puțin un titlu trebuie să aparțină colectivului disciplinei.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Cunoașterea terminologiei specifice domeniului Corectitudinea și completitudinea cunoștințelor	Evaluare scrisă (finală în sesiunea de examene)	50%
10.5 Activități aplicative	Elaborarea și susținerea publică a unei lucrări de seminar, cu caracter aplicativ, pe o temă din domeniul campaniilor electorale Prezentarea rezultatelor unei investigații asupra campaniei electorale a unui partid politic sau candidat politic	Realizarea portofoliilor de seminar/Expunere	50%
10.6 Standard minim de performanță (volumul de cunoștințe minim necesar pentru promovarea disciplinei și modul în care se verifică stăpânirea lui)			
<ul style="list-style-type: none"> • Studenții dovedesc acumularea de informații de și pot opera cu conceptele și teoriile specifice disciplinei. • Cunoașterea noțiunilor teoretice fundamentale • Realizarea unui portofoliu de seminar 			

Data completării

01.10.2014

Titular de curs

(semnătura)

Lect. dr. Vasile Gherheș

.....

Titular activități aplicative

(semnătura)

Lect. dr. Vasile Gherheș

.....

Director de departament

(semnătura)

Conf. dr. Daniel Dejica-Carț iș

.....

Data avizării în Consiliul Facultății¹²

27.10.2014

Decan

(semnătura)

Conf. dr. Mirela-Cristina POP

.....