

FIȘA DISCIPLINEI
***** MANAGEMENTUL REPUTAȚIEI ÎN MEDIUL ONLINE *****
2024 – 2025

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Ecologică din București
1.2. Facultatea	Facultatea de Științele Comunicării
1.3. Departamentul	Departamentul de Științele Comunicării
1.4. Domeniul de studii	Comunicare și relații publice
1.5. Ciclul de studii (Licență/Masterat)	Master
1.6. Programul de studii	Comunicare și New Media
1.7. Limba de studiu	Română
1.8. Forma de învățământ (IF/IFR)	IF

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Managementul reputației în mediul online				
2.2. Titularul activității de curs	conf. univ. dr. Petrovici Merima		Email (adresa instituțională):		
2.3. Titularul activității de lucrări practice	conf. univ. dr. Petrovici Merima		Email (adresa instituțională):		
2.4. Anul de studiu	II	2.5. Semestrul	4	2.6. Codul disciplinei	SSSCNM 202416
2.7. Tipul de evaluare	E	2.8. Regimul/categoria disciplinei ¹	OB	2.9. Tipul disciplinei ²	

3. Timpul total estimat (ore pe semestru distribuite pe activități didactice)

3.1. Număr de ore pe săptămână ³	4	din care: 3.2. curs	2	3.3. lucrări practice	2
3.4. Total ore din planul de învățământ ⁴	56	din care: 3.5. curs	28	3.6. lucrări practice	28
3.7. Total ore față în față / sem.	28	din care: 3.8. curs	14	3.9. lucrări practice	14
3.10. Total ore online sincron / sem.	28	din care: 3.11. curs	14	3.12. lucrări practice	14
Distribuția fondului de timp de studiu individual					119
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					50
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					50
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					15
Tutoriat					
Examinări					4
Alte activități.....					
3.13. Total ore studiu individual					119
3.14. Total ore pe semestru (3.4 + 3.13)					175
3.15. Numărul de credite ECTS					7

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Parcursarea disciplinelor din domeniul de studiu
4.2. de competențe	Abilitatea de a căuta informații pe net, site-uri, cunoștințe Word, utilizare Google Meet, Google Classroom și Zoom

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Sală de curs cu cel puțin 50 de locuri dotată cu tablă, videoproiector și computer Activitate online, sincron/asincron: computer, conexiune internet, platforma G Suite for Education, prezentări PowerPoint, imagini și videoclipuri disponibile online.
--------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

¹ Funcție de standardele specifice: DO-disciplină obligatorie, DA/DOP-disciplină la alegere/opțională, DF-disciplină facultativă

² Funcție de standardele specifice și ciclul de studii: pentru licență DF-disciplină fundamentală, DD-disciplină de domeniu, DS-disciplină de specialitate, DC-disciplină complementară, respectiv pentru masterat: DA-disciplină de aprofundare, DS - disciplină de sinteză

³ Curs, seminar, laborator, lucrări practice, proiect, practică

⁴ Idem 3

5.2. de desfășurare a lucrărilor practice	Sală de seminar cu cel puțin 25 de locuri dotată cu tablă, videoproiector și computer + eșantioane didactice din colecția proprie Activitate online sincron/asincron: computer, conexiune internet, platforma G Suite for Education, prezentări PowerPoint, imagini și videoclipuri disponibile online.
-------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	C1: Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC), necesare pentru studiul proceselor de comunicare derulate în mediul online și care determină brandul reputațional al organizațiilor sau brandurilor; C2: Identificarea particularităților utilizării specializate a diverselor tipuri strategii de politici publice, necesare pentru managementul reputației; C3: Utilizarea tehnologiilor adecvate în realizarea și comunicarea profesionalizată a diverselor produse specifice relațiilor publice, cu respectarea dreptului publicului de a fi informat corect și cu intenția de a prezerva capitalul reputațional; C4: Definirea conceptelor, teoriilor, paradigmatelor și metodologiilor utilizate în managementul reputației; C5: Utilizarea unor metode de cercetare pentru definirea problemelor de interes public și rezolvarea acestora prin proiectarea unei campanii de management al reputației; C6: Identificarea și utilizarea unor indicatori relevanți pentru monitorizarea și evaluarea proceselor de comunicare asociate implementării unor noi strategii de construire și management al reputației; C7: Elaborarea unui plan de comunicare eficientă în situații de risc reputațional;
Competențe transversale	CT1: Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipă; CT2: Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii, cu precădere în contextul tranziției digitale;

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

7.1. Obiectivul general al disciplinei	O1. Familiarizarea studenților cu conceptele și limbajul specific managementului reputației în mediul online și offline, explicarea și înțelegerea particularităților; relațiilor publice și a managementului capitalului reputațional, precum și a metodelor, tehnicilor, strategiilor utilizate în acest domeniu;
7.2. Obiectivele specifice	O1. Utilizarea adecvată a conceptelor specifice analizei profilului reputațional; O2. Cunoașterea funcțiilor și principiilor relațiilor publice, precum și a dimensiunilor reputaționale ale identității și imaginii organizațiilor; O3. Cunoașterea și înțelegerea etapelor parcurse în elaborarea unei strategii de management al reputației; O4. Explicarea procesului de management al reputației, din perspectivă dinamică; O5. Explicarea și interpretarea caracteristicilor domeniilor de aplicabilitate ale relațiilor publice și ale managementului reputațional;

8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Nr. ore/Mod desfășurare ⁵
1. Introducere. Noi arhitecturi comunicaționale și revoluția social-media	Prelegere	2 ore FF
2. Definirea conceptelor fundamentale: imagine organizațională, reputație	Prelegere	2 ore FF
3. Etape esențiale în elaborarea auditului reputațional	Prelegere	2 ore FF
4. Strategii de construcție și de reconstrucție a capitalului reputațional	Prelegere	2 ore FF
5. Valori asociate formării reputației	Prelegere	2 ore FF
6. Studii de caz. Strategii de gestionare a capitalului	Prelegere	2 ore FF

⁵ FF – față în față; OS – online sincron

reputațional în mediul privat		
7.Studii de caz. Strategii de management al reputației în sectorul public	Prelegere	2 ore FF
8.Politici publice și impactul acestora asupra dimensiunii reputaționale a organizațiilor	Prelegere	2 ore OS
9.Dileme etice în elaborarea strategiilor de management reputațional	Prelegere	2 ore OS
10.Reputația în mediul online și capitalul strategic	Prelegere	2 ore OS
11. Modele dedicate măsurării reputației în mediul online	Prelegere	2 ore OS
12.Management reputațional și comunicare interculturală	Prelegere	2 ore OS
13.De la comunicarea transculturală la comunicarea în cultura globală. Noile provocări ale managementului reputațional;	Prelegere	2 ore OS
14.Recapitulare	Prelegere	2 ore OS
Total ore 28		14 ore - FF 14 ore – OS
Bibliografie obligatorie 1.Cismaru, Diana-Maria, <i>Managementul reputației în mediul online</i> , Tritonic, București, 2015.		
Bibliografie recomandată 1. Adrian Neculau, <i>Reprezentările sociale</i> , Polirom, Iași, 1996 2. Cismaru, Diana-Maria, <i>Social media și managementul reputației</i> , București, Tritonic, 2012. 3. Coman, Cristina, <i>Comunicarea de criză – tehnici și strategii</i> , Iași, Polirom, 2009. 4. Cutlip, S. M., Center, A. H. & Broom, G. M., <i>Relații publice eficiente</i> , București, Comunicare.ro, 2010.		
8.2. Lucrări practice	Metode de predare	Nr. ore/Mod desfășurare⁶
1.Introducere. Noi arhitecturi comunicaționale și revoluția social-media	Prelegere	2 ore FF
2.Definirea conceptelor fundamentale: imagine organizațională, reputație	Prelegere	2 ore FF
3.Etape esențiale în elaborarea auditului reputațional	Prelegere	2 ore FF
4.Strategii de construcție și de reconstrucție a capitalului reputațional	Prelegere	2 ore FF
5. Valori asociate formării reputației	Prelegere	2 ore FF
6.Studii de caz. Strategii de gestionare a capitalului reputațional în mediul privat	Prelegere	2 ore FF
7.Studii de caz. Strategii de management al reputației în sectorul public	Prelegere	2 ore FF
8.Politici publice și impactul acestora asupra dimensiunii reputaționale a organizațiilor	Prelegere	2 ore OS
9.Dileme etice în elaborarea strategiilor de management reputațional	Prelegere	2 ore OS
10.Reputația în mediul online și capitalul strategic	Prelegere	2 ore OS
11. Modele dedicate măsurării reputației în mediul online	Prelegere	2 ore OS
12.Management reputațional și comunicare interculturală	Prelegere	2 ore OS
13.De la comunicarea transculturală la comunicarea în cultura globală. Noile provocări ale managementului reputațional;	Prelegere	2 ore OS
14.Recapitulare	Prelegere	2 ore OS
Total activitate laborator 28 ore		FF 14 ore OS 14 ore
Bibliografie obligatorie		

⁶ Idem 5

1. Cismaru, Diana-Maria, *Managementul reputației în mediul online*, Tritonic, București, 2015.

Bibliografie recomandată

1. Adrian Neculau, *Reprezentările sociale*, Polirom, Iași, 1996
2. Cismaru, Diana-Maria, *Social media și managementul reputației*, București, Tritonic, 2012.
3. Coman, Cristina, *Comunicarea de criză – tehnici și strategii*, Iași, Polirom, 2009.
4. Cutlip, S. M., Center, A. H. & Broom, G. M., *Relații publice eficiente*, București, Comunicare.ro, 2010.

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

Conținutul disciplinei este în concordanță cu ceea ce se studiază în alte centre universitare din țară și reflectă tendințele contemporane de evoluție din sfera științelor comunicării, inclusiv în domeniul digitalizării și în noile media.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs	Capacitatea de a dezvolta raționamente și de a utiliza adecvat aparatul conceptual	Activitate, participare la dezbateri	10%
10.5. Seminar/ Laborator/ Lucrări practice/ Proiect	Capacitatea de a dezvolta raționamente și de a utiliza adecvat aparatul conceptual	Activitate, participare la dezbateri	50%
10.6. Evaluare finală	Examen final		40%
10.7. Modalitatea de notare (calificativ sau notă): Notă			
10.8. Cunoașterea elementelor fundamentale de teorie, și practică comunicațională în relațiile publice.			

Data completării
septembrie 2023

Semnătura titularului
de curs
conf.univ.dr. Merima Petrovici

Semnătura titularului de lucrări
practice
conf.univ.dr. Merima Petrovici

Data avizării în departament
septembrie 2023

Semnătura directorului de
departament
lect.univ.dr. Flavius Pană