

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca
1.2 Facultatea	Facultatea de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării
1.3 Departamentul	Departamentul de Comunicare, Relații Publice și Publicitate
1.4 Domeniul de studii	Științe ale Comunicării
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studiu / Calificarea	Comunicare și Relații Publice
1.7 Forma de învățământ	La distanță

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	PR sectorial ONG (ULR4432)						
2.2 Titularul activităților de curs	Prof. Univ. Dr. Ioan HOSU						
2.3 Titularul activităților de seminar	CS Dr. Andreea Voina						
2.4 Anul de studiu	III	2.5 Semestrul	I	2.6. Tipul de evaluare	C	2.7 Regimul disciplinei	DS

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

3.1. Număr de ore pe săptămână – forma cu frecvență	4	din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar/ laborator/ proiect	2
3.4. Total ore pe semestru – forma Învățământ la distanță	125	din care: 3.5. SI	28 +6 9	3.6. AT (8) + TC (20) + AA (0)	28
Distribuția fondului de timp pentru studiul individual					ore
3.5.1. Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					28
3.5.2. Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					43
3.5.3. Pregătire seminare/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					20
3.5.4. Tutoriat (consiliere profesională)					2
3.5.5. Examinări					2
3.5.6. Alte activități					2
3.7. Total ore studiu individual		97			
3.8. Total ore pe semestru (număr ECTS x 25 de ore)		125			
3.9. Numărul de credite		5			

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	• Nu e cazul
4.2 de competențe	• Nu e cazul

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 De desfășurare a cursului	• Nu e cazul
5.2 De desfășurare a seminarului/laboratorului	• Nu e cazul

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> • Cunoaștere și înțelegere – studentul va cunoaște diferența dintre comunicarea în sectorul non-profit și sectorul profit sau cel politic; studentul va cunoaște principalele repere în dezvoltarea relațiilor publice în societatea civilă – în principal asociații și fundații; studentul va cunoaște modele, practici, reguli și strategii de PR specifice sectorului ONG; • Explicare și interpretare – studentul va putea explica deosebiriile dintre comunicarea non-profit și cea electorală sau de afaceri; studentul va putea aplica diferențiat cunoștințele din domeniul comunicării sectoriale non-profit; studentul va putea interpreta comportamentul instituțional al organizațiilor non-profit, al instituțiilor publice și al celor care susțin campaniile sociale inițiate de asociații și fundații; • Instrumental–aplicative – studentul va putea proiecta aplicarea unor metode și tehnici de analiza, respectiv proiectare a unor campanii de comunicare specifice sectorului neguvernamental, non-profit; • Atitudinale – studentului îi va spori interesul față de domeniul comunicării inițiate de asociații și fundații sau alte structuri ale societății civile.
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> • Abordarea în mod realist, cu argumentare atât teoretică, cât și practică, a unor situații cu grad mediu de complexitate, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora. • Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini. • Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și al adaptării la cerințele pieței muncii.

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> • Realizarea unei analize aprofundate în domeniul comunicării sociale cu centrare teme și campanii de ordin social, medial, umanitar etc..
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> • Însușirea cunoștințelor de bază în domeniul comunicării în sectorul non-profit • Formarea unui limbaj de specialitate • Dezvoltarea gândirii critice și analitice, capacitatea de a realiza studii de specialitate în domeniul comunicării și relațiilor publice pentru ONG-uri

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Prezentarea structurii și a cerințelor cursului	Expunere din partea cadrului didactic.	
2. ONG-urile: istoric, structură și tipologii	Expunerea unui set de concepte și teorii cu privire la tema cursului. Discutarea interactivă a unor exemple.	Studentii au obligația de a parcurge bibliografia indicată.
3. Misiunea și rolul ONG –urilor în societate. Relația cu statul și sectorul privat-profit	Expunerea unui set de concepte și teorii cu privire la tema	Studentii au obligația de a parcurge bibliografia indicată.

	cursului. Discutarea interactivă a unor exemple.	
4. Concepte și tipuri de campanii de PR pentru sectorul non-profit	Expunerea unui set de concepte și teorii cu privire la tema cursului. Discutarea interactivă a unor exemple.	Studentii au obligația de a parcurge bibliografia indicată.
5. Instrumente, canal de PR și resurse pentru ONG -uri	Expunerea unui set de concepte și teorii cu privire la tema cursului. Discutarea interactivă a unor exemple.	Studentii au obligația de a parcurge bibliografia indicată.
6. Crize de comunicare în ONG-uri	Expunerea unui set de concepte și teorii cu privire la tema cursului. Discutarea interactivă a unor exemple.	Studentii au obligația de a parcurge bibliografia indicată.
7. Mod de organizare și funcționare a ONG-rilor. Aspecte manageriale și de organizare.	Expunerea unui set de concepte și teorii cu privire la tema cursului. Discutarea interactivă a unor exemple.	Studentii au obligația de a parcurge bibliografia indicată.
8. Inovare socială, relația cu industria (programele de CSR)	Expunerea unui set de concepte și teorii cu privire la tema cursului. Discutarea interactivă a unor exemple.	Studentii au obligația de a parcurge bibliografia indicată.
9. Branding în ONG-uri	Expunerea unui set de concepte și teorii cu privire la tema cursului. Discutarea interactivă a unor exemple.	Studentii au obligația de a parcurge bibliografia indicată.
10. Campanii de atragere de fonduri	Expunerea unui set de concepte și teorii cu privire la tema cursului. Discutarea interactivă a unor exemple.	Studentii au obligația de a parcurge bibliografia indicată.
11. Relații cu comunitatea – atragerea de voluntari	Expunerea unui set de concepte și teorii cu privire la tema cursului. Discutarea interactivă a unor exemple.	Studentii au obligația de a parcurge bibliografia indicată.
12. Studii de caz: campanii locale și naționale	Expunerea unui set de concepte și teorii cu privire la tema cursului. Discutarea interactivă a unor exemple.	Studentii au obligația de a parcurge bibliografia indicată.
13. Studii de caz: campanii de advocacy și organizare comunitară	Expunerea unui set de concepte și teorii cu privire la tema	Studentii au obligația de a parcurge bibliografia indicată.

	cursului. Discutarea interactivă a unor exemple.	
14. Curs recapitulativ	Expunerea unui set de concepte și teorii cu privire la tema cursului. Discutarea interactivă a unor exemple.	Studentii au obligația de a parcurge bibliografia indicată.

Bibliografie

Coman, C. (2009). *Comunicarea de criză. Tehnici și strategii*. București: Polirom.

Durham, S. (2010). *Brandraising. How nonprofits raise visibility and money through smart communications*. San Francisco: Jossey Bass.

Epstein, M. J., Yuthas, K. (2014). *Measuring and improving social impacts. A guide for nonprofits, companies, and impact investors*. San Francisco: Berrett-Koehler Publishers, Inc.

Florini, Ann M., ed. 2000. *The third force: The rise of transnational civil society*. Washington, DC: Japan Center for International Exchange.

Ganz, M. (2009). *Why David sometimes wins. Leadership, organization, and strategy in the California farm worker movement*. New York: Oxford University Press.

Hilhorst, Dorothea. 2003. *The real world of NGOs: Discourses, diversity and development*. London: Zed Books.

Kahn, S. (1982). "Organizations" in *Organizing* (pp. 55-77). New York: McGraw-Hill.

Kanter, B., & Fine, A. H. (2010). *The networked nonprofit. Connecting with social media to drive change*. San Francisco: Jossey Bass.

Mansfield, H. (2014). *Mobile for good. A how-to fundraising guide for nonprofits*. New York: McGraw-Hill

McAlevey, J. F. (2016). *No shortcuts. Organizing for power in the New Gilded Age*. New York: Oxford University Press.

Văduva, S. A., Wilt, R., Fotea, I., Văduva, L. P. (2017). *Civil society: The engine for economic and social well-being*. SpringerLink.

Yanacopoulos, H. (2015). *International NGO engagement, advocacy, activism. The faces and spaces of change*. London: Palgrave Macmillan.

8.2 Seminar / laborator	Metode de predare	Observații
1. Prezentarea structurii și a cerințelor pentru seminar	Expunere din partea cadrului didactic	
2. Prezentarea unor concepte teoretice de baza pentru studiul ONG-urilor	Detalierea și ilustrarea conceptelor și teoriilor cu privire la temele dezbătute la curs. Discutarea interactivă a unor exemple. Prezentări din partea studenților.	Studentii au obligația de a parcurge bibliografia indicată.
3. Evoluția sectorului ONG în România	Detalierea și ilustrarea conceptelor și teoriilor cu privire la temele dezbătute la curs. Discutarea interactivă a unor exemple. Prezentări din partea studenților.	Studentii au obligația de a parcurge bibliografia indicată.
4. Prezentarea unor ONG-uri active în zona culturală și educațională	Detalierea și ilustrarea conceptelor și teoriilor cu privire la temele dezbătute la curs. Discutarea interactivă a unor exemple. Prezentări din partea studenților.	Studentii au obligația de a parcurge bibliografia indicată.
5. Evoluția ONG la nivel global: istoric și tendințe	Detalierea și ilustrarea conceptelor și teoriilor cu privire	Studentii au obligația de a parcurge bibliografia

	la temele dezbătute la curs. Discutarea interactivă a unor exemple. Prezentări din partea studenților.	indicată.
6. Prezentarea unor ONG –uri active în zona dezvoltării comunitare	Detalierea și ilustrarea conceptelor și teoriilor cu privire la temele dezbătute la curs. Discutarea interactivă a unor exemple. Prezentări din partea studenților.	Studenții au obligația de a parcurge bibliografia indicată.
7. Prezentarea unor ONG –uri active în zona activism social și inovare socială	Detalierea și ilustrarea conceptelor și teoriilor cu privire la temele dezbătute la curs. Discutarea interactivă a unor exemple. Prezentări din partea studenților.	Studenții au obligația de a parcurge bibliografia indicată.
8. Prezentarea unor campanii de fundraising	Detalierea și ilustrarea conceptelor și teoriilor cu privire la temele dezbătute la curs. Discutarea interactivă a unor exemple. Prezentări din partea studenților.	Studenții au obligația de a parcurge bibliografia indicată.
9. Prezentarea unor inițiative de parteneriat public-privat, profit și non-profit	Detalierea și ilustrarea conceptelor și teoriilor cu privire la temele dezbătute la curs. Discutarea interactivă a unor exemple. Prezentări din partea studenților.	Studenții au obligația de a parcurge bibliografia indicată.
10. Modalități de atragere și gestionare a voluntarilor	Detalierea și ilustrarea conceptelor și teoriilor cu privire la temele dezbătute la curs. Discutarea interactivă a unor exemple. Prezentări din partea studenților.	Studenții au obligația de a parcurge bibliografia indicată.
11. Branding ONG	Detalierea și ilustrarea conceptelor și teoriilor cu privire la temele dezbătute la curs. Discutarea interactivă a unor exemple. Prezentări din partea studenților.	Studenții au obligația de a parcurge bibliografia indicată.
12. Utilizarea new media în ONG-uri	Detalierea și ilustrarea conceptelor și teoriilor cu privire la temele dezbătute la curs. Discutarea interactivă a unor exemple. Prezentări	Studenții au obligația de a parcurge bibliografia indicată.

	din partea studenților.	
13. Media și ONG-urile	Detalierea și ilustrarea conceptelor și teoriilor cu privire la temele dezbătute la curs. Discutarea interactivă a unor exemple. Prezentări din partea studenților.	Studenții au obligația de a parcurge bibliografia indicată.
14. Seminar recapitulativ	Detalierea și ilustrarea conceptelor și teoriilor cu privire la temele dezbătute la curs. Discutarea interactivă a unor exemple. Prezentări din partea studenților.	Studenții au obligația de a parcurge bibliografia indicată.

Bibliografie

- Coman, C. (2009). *Comunicarea de criză. Tehnici și strategii*. București: Polirom.
- Durham, S. (2010). *Brandraising. How nonprofits raise visibility and money through smart communications*. San Francisco: Jossey Bass.
- Epstein, M. J., Yuthas, K. (2014). *Measuring and improving social impacts. A guide for nonprofits, companies, and impact investors*. San Francisco: Berrett-Koehler Publishers, Inc.
- Florini, Ann M., ed. 2000. *The third force: The rise of transnational civil society*. Washington, DC: Japan Center for International Exchange.
- Ganz, M. (2009). *Why David sometimes wins. Leadership, organization, and strategy in the California farm worker movement*. New York: Oxford University Press.
- Hilhorst, Dorothea. 2003. *The real world of NGOs: Discourses, diversity and development*. London: Zed Books.
- Kahn, S. (1982). "Organizations" in *Organizing* (pp. 55-77). New York: McGraw-Hill.
- Kanter, B., & Fine, A. H. (2010). *The networked nonprofit. Connecting with social media to drive change*. San Francisco: Josey Bass.
- Mansfield, H. (2014). *Mobile for good. A how-to fundraising guide for nonprofits*. New York: McGraw-Hill
- McAlevy, J. F. (2016). *No shortcuts. Organizing for power in the New Gilded Age*. New York: Oxford University Press.
- Văduva, S. A., Wilt, R., Fotea, I., Văduva, L. P. (2017). *Civil society: The engine for economic and social well-being*. SpringerLink.
- Yanacopulos, H. (2015). *International NGO engagement, advocacy, activism. The faces and spaces of change*. London: Palgrave Macmillan.

Articole

- Cadet, F. T., Carroll, R. (2019). Nonprofit organization communication: Risky business. *Review of Business*, 39(1), 1-14.
- Costa, E., da Silva, G. G. (2018). Nonprofit accountability: The viewpoint of the primary stakeholders. *Financial Accountability & Management*, 35(1), 37-54.
- Lincoln, S. C., Partner, C., Edwards, L. L. P. (2019). The essential eight: A concise summary of 21-century governance guidelines for nonprofit boards. *Board Leadership*, 2019(161), 1-4.

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

Conținutului disciplinei "PR sectorial ONG" a fost elaborat astfel încât să reflecte cele mai recente tendințe din domeniu și din dezbaterile publice, astfel cum acestea au fost identificate de specialiștii cu care Facultatea de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării din cadrul UBB Cluj menține un dialog constant. Acest dialog permite o înțelegere fidelă a orientării pieței, astfel încât pregătirea absolvenților să fie cât mai apropiată cerințelor cărora vor trebui să le răspundă.

Totodată, au fost consultate conținuturi ale disciplinelor similare oferite de alte universități europene.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 SI	Evaluarea nivelului de cunoștințe de specialitate predate la cursuri. Evaluarea modului de expunere și a clarității exprimării nivelului de cunoștințe de specialitate predate la cursuri.	Colocviu	60%
10.5 TC/AA	Evaluarea calității și a clarității folosirii conceptelor în raport cu diferite studii de caz	<ul style="list-style-type: none">• Tema de control 1• Tema de control 2	20% 20%
10.6 Standard minim de performanță			
La finalul semestrului studenții trebuie să facă dovada faptului că au dobândit cunoștințele teoretice de bază și că sunt capabili să le aplice în situații concrete. Pentru a obține nota minimă, studenții trebuie să realizeze bine cerințele pentru susținerea colviului și să realizeze bine toate cerințele care țin de seminar.			

Coordonator de disciplină

Prof. Dr. Ioan Hosu



Tutore de disciplină

Asis. dr. Andreea Voina

Responsabil de studii ID,

Prof. univ. dr. Delia-Cristina Bălaș



Data

Septembrie 2019