



## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea din Craiova
1.2. Facultatea	Facultatea de Litere
1.3. Departamentul	Departamentul Arte și Media
1.4. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5. Ciclul de studii universitare	Master
1.6. Forma de organizare	IF
1.7. Programul de studii	Media online și imagine instituțională

### 2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	<b>Managementul imaginii în instituții publice</b>						
2.2. Titularul activităților de curs	Prof.univ.dr.habil. Adrian OTOVESCU						
2.3. Titularul activităților de seminar/ laborator	Prof.univ.dr.habil. Adrian OTOVESCU						
2.4. Anul de studiu	II	2.5. Semestrul	1	2.6. Tipul de evaluare	E	2.7. Regimul disciplinei	DOB

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

3.1. Numărul de ore pe săptămână	3	din care: 3.2 curs	2	3.3. seminar/laborator	1
3.4. Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	28	3.6. seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp - ore/sapt.					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					25
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					25
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					25
Tutoriat					6
Examinări					2
Alte activități.....					-
<b>3.7. Total ore studiu individual</b>					83
<b>3.8. Total ore pe semestru</b>					125
<b>3.9. Numărul de credite</b>					5

### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	•
4.2. de competențe	•

### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	• Condiții de învățare activă și interactivă.
5.2. de desfășurare a seminarului/ laboratorului	• Condiții de învățare practic-aplicativă, prin cercetare și problematizare.

## 6. Obiectivele disciplinei - rezultate așteptate ale învățării la formarea cărora contribuie parcurgerea și promovarea disciplinei

<b>Cunoștințe</b>	<p>Studentul/Absolventul:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Demonstrează cunoștințe aprofundate privind principiile relațiilor publice și ale managementului reputației, precum și înțelegerea factorilor care influențează percepțiile publicurilor și ale părților interesate față de o organizație, un brand sau o persoană.</li> <li>2. Are capacitatea de a distinge și evalua strategiile și modelele de design comunicațional specifice diferitelor contexte organizaționale sau situaționale, precum comunicarea în situații de risc și criză, comunicarea pentru schimbare socială ori pentru elaborarea politicilor publice și interne.</li> </ol>
<b>Aptitudini (Abilități)</b>	<p>Studentul/Absolventul:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aplică în mod contextualizat tehnici de comunicare și relaționare adaptate managementului situațiilor de criză, în funcție de specificul structural, funcțional și cultural al organizației - direct corelată cu obiectivele privind gestionarea schimbării.</li> <li>2. Evaluează percepțiile publice și interacționează în mod profesionist în cadrul rețelelor și comunităților de practică, demonstrând capacitatea de a iniția și gestiona conversații strategice referitoare la persoane publice, organizații sau mărci (branduri).</li> </ol>
<b>Responsabilitate și autonomie</b>	<p>Studentul/Absolventul</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Asumă roluri de lider în dezvoltarea unei culturi instituționale optime - corespunde rolului liderului în gestionarea schimbării.</li> <li>2. Aplică principii, metode și instrumente specifice domeniului comunicării pentru a realiza cercetări privind opinia publică, analizând percepțiile și atitudinile față de un subiect, o persoană publică, o organizație sau o marcă (brand).</li> <li>3. Elaborează comunicate de presă și alte materiale de relații publice, redactând mesaje adaptate la specificul diferitelor canale media și platforme digitale, destinate promovării imaginii și comunicării strategice a unei persoane publice, organizații sau mărci (brand).</li> </ol>

## 7. Conținuturi

<b>7.1. CURS</b>	Modalitatea de desfășurare	Metode de predare	Fond de timp alocat (ore)
<b><i>Curs 1 – Conceptul de imagine instituțională: definiții, rol și importanță</i></b>	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea studiul de caz	2 ore
Curs 2 – Elemente ale imaginii instituționale: identitate vizuală, comportament, comunicare	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea studiul de caz	2 ore
Curs 3 – Identitatea vizuală în administrația publică	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea studiul de caz	2 ore
Curs 4 – Publicurile instituțiilor publice și managementul relației cu acestea	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea studiul de caz	2 ore
Curs 5 – Comunicarea instituțională: principii, funcții și direcții	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție	2 ore

		descoperirea problematizarea studiul de caz	
Curs 6 – Comunicarea internă în instituțiile publice: strategii și instrumente	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea studiul de caz	2 ore
Curs 7 – Comunicarea externă: tehnici și bune practici	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea studiul de caz	2 ore
Curs 8 – Mass-media și instituțiile publice: colaborare și influență	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea studiul de caz	2 ore
Curs 9 – Managementul imaginii în mediul online	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea studiul de caz	2 ore
Curs 10 – Monitorizarea media și analiza percepțiilor publice	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea studiul de caz	2 ore
Curs 11 – Managementul crizelor de imagine	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea studiul de caz	2 ore
Curs 12 – Etica comunicării publice și transparența instituțională	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea studiul de caz	2 ore
Curs 13 – Campanii de comunicare publică: proiectare și implementare	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea studiul de caz	2 ore
Curs 14 – Evaluarea imaginii instituționale și concluzii de curs	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea studiul de caz	2 ore

**Bibliografie:**

Burduș, E., Căprărescu, G., & Androniceanu, A. (2008). Managementul schimbării organizaționale (Ediția a III-a). Editura Economică.

Nicolescu, O., & Verboncu, I. (2008). Managementul organizației. Editura Economică.

Panisoară, G., & Panisoară, I. O. (2005). Managementul resurselor umane. Ghid practic. Editura Polirom.

Armstrong, M. (2020). Armstrong's Handbook of Strategic Human Resource Management (7th ed.). Kogan Page.

Kotter, J. P. (2012). Leading Change. Harvard Business Review Press.

<b>7.2. Seminar/laborator</b>	Modalitatea de desfășurare	Metode de predare	Fond de timp alocat (ore)
1. Ce este imaginea instituțională?	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea studiul de caz	1 oră
2. Identitatea vizuală a instituțiilor publice	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea studiul de caz	1 oră
3. Comportamentul instituțional și etica funcționarului public	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea studiul de caz	1 oră
4. Publicurile instituției publice și strategii de comunicare	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea studiul de caz	1 oră
5. Relația cu mass-media și rolul purtătorului de cuvânt	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea studiul de caz	1 oră
6. Managementul imaginii în social media	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea studiul de caz	1 oră
7. Monitorizare media și evaluarea percepțiilor publice	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea studiul de caz	1 oră

#### **Bibliografie:**

Panait, R. (2024). Managementul resurselor umane. Editura Managusamv.  
 Lefter, V., Deaconu, A., & Marin, I. (2008). Managementul resurselor umane. Teorie și practică (Ediția a II-a). Editura Economică.  
 Hiatt, J. M. (2006). ADKAR: A Model for Change in Business, Government and our Community. Prosci Learning Center Publications.  
 Ulrich, D. (1997). Human Resource Champions: The Next Agenda for Adding Value and Delivering Results. Harvard Business School Press.

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

Corectitudinea și acuratețea folosirii conceptelor și teoriilor însușite la nivelul disciplinei – vor satisface așteptările reprezentanților comunității epistemice/academice din domeniul științelor comunicării.  
 Competențele profesionale și transversale ce vor fi achiziționate la nivelul disciplinei – vor satisface așteptările reprezentanților asociațiilor profesionale și angajatorilor.

#### **9. Evaluare**

Tip activitate	9.1. Criterii de evaluare	9.2. Metode de evaluare	9.3. Pondere din nota finală
9.4. Curs	Evaluarea pe parcurs se bazează pe participare activă la cursuri și livrarea de sarcini individuale (ex. eseuri scurte sau reflecții tematice).	Observarea participării, verificarea sarcinilor scrise, discuții tematice monitorizate	20%
	Examenul final constă într-un test scris cu întrebări deschise și aplicații bazate pe studiile de caz discutate în timpul cursului.	Test scris (esență aplicativă + raționamente teoretice)	30%
9.5. Seminar/laborator	Evaluarea se bazează pe trei componente: participare activă, rezolvarea sarcinilor aplicative și prezentarea unui studiu de caz. Nota finală a evaluării pe parcurs este proporțională cu gradul de îndeplinire a celor trei componente.	Fișe de lucru, prezentări orale, portofoliu de seminar, grile de autoevaluare	40%
	Se evaluează capacitatea de integrare aplicativă a cunoștințelor printr-un test practic sau studiu de caz analizat individual.	Test aplicativ sau mini-proiect final	10%
9.6. Standard minim de performanță			
75% frecvență la seminarii Obținerea a minimum 5 puncte la formele de evaluare propuse (min. nota 5), astfel: Min. 2,5 puncte acumulate pe parcursul activităților practice impuse pe parcursul semestrului Min. 2,5 puncte acumulate la examenul final scris.			

Data completării  
25.09.2025

Titular de disciplină,  
Prof.univ.dr.habil. Adrian OTOVESCU

Semnătura titularului  
.....

Data avizării în departament  
29.09.2025

Director de departament,  
Prof. univ. dr. Alexandru BOUREANU

Semnătura directorului de departament,  
.....