

LEHRVERANSTALTUNGSBESCHREIBUNG

DIE GRUNDLAGEN DER PR

1. Angaben zum Programm

1.1 Hochschuleinrichtung	Babes-Bolyai Universität
1.2 Fakultät	Fakultät Fakultät für Politik-, Verwaltungs- und Kommunikationswissenschaften
1.3 Department	Journalismus
1.4 Fachgebiet	Kommunikationswissenschaften
1.5 Studienform	Lizenz
1.6 Studiengang / Qualifikation	Lizentiat im Journalismus, deutschsprachige Studienlinie

2. Angaben zum Studienfach

2.1 LV-Bezeichnung- DIE GRUNDLAGEN DER PR							
2.2 Lehrverantwortlicher – Vorlesung -Lekt. Dr. Mirela-Codruța Abrudan							
2.3 Lehrverantwortlicher – Seminar - Lekt. Dr. Mirela-Codruța Abrudan							
2.4 Studienjahr II	II	2.5 Semester I	III	2.6. Prüfungsform	Kontrollarbeit	2.7 Art der LV	DF

3. Geschätzter Workload in Stunden

3.1 SWS	3	von denen: 3.2 Vorlesung	2	3.3 Seminar/Übung	1
3.4 Gesamte Stundenanzahl im Lehrplan	42	von denen: 3.5 Vorlesung	28	3.6 Seminar/Übung	14
Verteilung der Studienzeit:					Std.
Studium nach Handbücher, Kursbuch, Bibliographie und Mitschriften					4
Zusätzliche Vorbereitung in der Bibliothek, auf elektronischen Fachplattformen und durch Feldforschung					4
Vorbereitung von Seminaren/Übungen, Präsentationen, Referate, Portfolios und Essays					8
Tutorien					8
Prüfungen					6
Andere Tätigkeiten:					
3.7 Gesamtstundenanzahl Selbststudium					30
3.8 Gesamtstundenanzahl / Semester					72
3.9 Leistungspunkte					5

4. Voraussetzungen (falls zutreffend)

4.1 curricular	Das Einschreiben bei der Vorlesung PR Grundlagen ist von der Vorlesung Einführung im CRP bedingt, die man im I. Jahrgang durchsuchen muss. (I. Jahr, I. Semester)
4.2 kompetenzbezogen	<p>Erkennen und Verstehen</p> <p>-Erkennen der geplanten Aktion, Erkennen der wesentlichen Kriterien um einen gelungenen Kommunikationsprozess zu durchführen. sowohl intra und interinstitutionell. Die Definitionen, Elemente, Regel und Strategien der öffentlichen Beziehungen zu kennen und auch die spezifische Elemente dieser Prozess. Die Schritte zu kennen um ein Tag der offenen Türe zu organisieren.</p> <p>2. Die Erklärung und Interpretieren</p> <p>-erklären die Möglichkeit wie man System Ziele formuliert. Der Profil der polaritäten zu erklären. Ein Plan der organisieren einer Veranstaltung zu erklären und presentieren. Erklärung und Interpretation von Begriffe der intra und interinstitutionellen Kommunikation.</p> <p>3. Instrumentell- applicative</p> <p>Projektion der Anwendung einer Instrumente von Arbeiten mit der Information Medien in Massen. Sich der Besuch in einem System vorzustellen.</p> <p>-Interesse für die öffentliche Beziehungen zu zeigen:</p> <p>Förderung eines Systems von Werte gegründet auf die Ethik des Berufs von PR Berater.</p>

5. Bedingungen (falls zutreffend)

5.1 zur Durchführung der Vorlesung	
5.2 zur Durchführung des Seminars / der Übung	Aktives Teilnehmen bei der Vorlesungen und die Verwirklichung und Presentation der Seminar Projekte individuell oder in Gruppen.

6. Spezifische erworbene Kompetenzen

Berufliche Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> - Das Kennen und Verstehen der geplanten Handlung. - Das Kennen und verstehen der wesentlichen Kriterien um einen gelungenen Kommunikationsprozess zu durchführen, sowohl intra und interinstitutionell. - Projektion und Anwendung einer Instrumente von Arbeiten mit der Information der Medienmassen.
Transversale Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> - Die Fähigkeit in Gruppen zu arbeiten: Zusammenarbeit, Koordination und Design in der Gruppe. - Fähigkeiten zur mündlichen Kommunikation: Presentation und Schreiben der Seminar Projekte. - Respekt und Entwicklung der beruflichen Werte und Ethik. Das Kennen und Assimilation der Ethik Code der Spezialisten im öffentlichen Beziehungen.

7. Ziele (entsprechend der erworbenen Kompetenzen)

7.1 Allgemeine Ziele der Lehrveranstaltung	Identifikation und Verwendung der Sprache und Kenntnisse vom Spezialität von der Bereich Information und Kommunikation Wissenschaften.
7.2 Spezifische Ziele der Lehrveranstaltung	Ansatz in realistischer Weise- mit teoretische und praktische Argumente einer Situationen mit einem medium Grad der Komplexität, um diese effizient und ethisch zu lösen. Die Anwendung der Tehnik und Instrumente der Kommunikation mit Mass-Media.

8. Inhalt

8.1 Vorlesung	Lehr- und Lernmethode	Anmerkungen
1. Planifizierte Aktion	Mündliche Presentation+Powerpoint	2 Std.
2. Das Profil der Polaritäten	Mündliche Presentation+Powerpoint	2 Std.
3. Formulierung der System Ziele anhand 5 Kriterien	Mündliche Presentation+Powerpoint	2 Std.
4. Innersystematische Kommunikation	Mündliche Presentation+Powerpoint	2 Std.
5. Die Zeitung des Systems	Mündliche Presentation+Powerpoint	2 Std.
6. Elemente der innersystematischen Kommunikation	Mündliche Presentation+Powerpoint	2.Std
7 .Kommunikation mit dem benachbarten System	Mündliche Presentation+Powerpoint	2.Std
8. Tag der offenen Türe	Mündliche	2.Std

	Presentation+Powerpoint	
9. Die Zeitung der benachbarten Systeme	Mündliche Presentation+Powerpoint	2.Std
10. Kommunikation mit der abhängigen Systeme	Mündliche Presentation+Powerpoint	2.Std
11. Kommunikation mit den Informationsmedien in Massen	Mündliche Presentation+Powerpoint	2.Std
12. Die Struktur der informativen Materialien für Mass Media	Mündliche Presentation+Powerpoint	2.Std
13. Der Informationsplan Mass Media	Mündliche Presentation+Powerpoint	2.Std
14. Standard Normen für das Erreichen der Materialien für die Presse	Mündliche Presentation+Powerpoint	2.Std

28 Std.

Literatur

Bibliografie

Verpflichtend

Avenarius, Horst, *Public Relations. Die Grundform gesellschaftlicher Kommunikation*, 2., überarbeitete Auflage. Primus Verlag, Darmstadt, 2000.

Rus, Flaviu Călin, *Relații Publice și Publicitate – metode și instrumente*, ed. Institutul European, Iași, 2004, p.6-129.

Orientativ

Coman, Cristina, *Relații publice, principii și strategii*, Iași, Editura Polirom, 2001. Coman, Cristina, *Relații publice și mass-media*, ediție revăzută și adăugită, Iași, Editura Polirom, 2004.

Dagenais, Bernard, *Profesia de relaționist*, traducere de Anca-Magdalena Frumușani, Iași, Editura Polirom, 2002.

Dagenais, Bernard, *Campania de relații publice*, traducere de Romina Surugiu și George Surugiu, Iași, Editura Polirom, 2003.

David, George, *Relații publice, garanția succesului*, ediția a II-a, revăzută și adăugită, cuvânt-înainte de conf. univ. dr. Ion Chiciudean, București, Editura Oscar Print, 2003.

Faulstich Werner, *Grundwissen Öffentlichkeitsarbeit. Kritische Einführung in Problemfelder der Public Relations*, Bardowick, 1992.

Newsom, Doug, Turk Vanslyke, Judy, Kruckeberg, Dean, *Totul despre Relații Publice*, Polirom, Iași 2003.

Ries, Al, Ries Laura, *Căderea advertisingului și ascensiunea PR-ului*, Brandbuilders Group, București, 2005.

Șerb, Stancu, *Relații publice și comunicare*, București, Editura Teora, 2001

Wilcox, D.I., Philip H., Agee, Warren K., *Public Relations-Strategies and Tactics*, Editura Harper Collins Inc., New York, 1992.

8.2 Seminar / Übung	Lehr- und Lernmethode	Anmerkungen
1. Einführung in die Anforderung des Seminars	Presentation der Ziele und Anforderungen, einführende Begriffe von PR.	1 Std.
2. Grundlegende Unterschiede zwischen PR und Advertising	Presentation der 10 grundlegenden Unterschiede zwischen PR und Advertising.	1 Std.
3. Interne und externe Kommunikation-spezifische Instrumente	Erklärung der wesentlichen Instrumente der interne und externe Kommunikation des Systems; die Zeitung des Systems; Newsletter; Dienste der schneller Informierung; Treffen und Diskussionen sowohol intern als auch extern	2 Std.
4. Bild einer Organization-personal branding	Vorstellung des Begriffs Bild	1 Std.
5. Organisieren der Veranstaltungen (Tag der offenen Türe)	Beschreibung der wesentlichen Art von Veranstaltungen; Planifizierung und Bewertung einer Veranstaltung.	2 Std.
6. Sozialen, korporatistischen Verantwortung (CSR)	Wesentliche Ideen für das Begriff CSR; Arten von Programme CSR; Vorteile der CSR Tätigkeit; Vorteile und Nachteile der CSR Prozess.	2 Std.
7. New Media	Einführende Begriffe von New Media und sozialisation Netzwerke; Förderung im online Medium.	1 Std.
8. Verwirklichung der schriftlichen und vorgestellten Projekte um die Tätigkeit im Seminar zu bewerten.	Die Verwirklichung einer Zeitung des Systems; Realisierung einer Tag der offenen Türe des Systems.	2 Std.
9. Vorstellung der Seminar Projekte	Vorstellung der Projekte	3 Std.

9. Verbindung der Inhalte mit den Erwartungen der Wissensgemeinschaft, der Berufsverbände und der für den Fachbereich repräsentativen Arbeitgeber

Der Student lernt die spezifischen Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit und deren Anwendung. Wenn man diese Etappen einer Planifizierung anwendet und praktisch ein paar PR Instrumente verwirklicht, können die Studenten in PR und Werbung Agenturen arbeiten.

10. Prüfungsform

Veranstaltungsart	10.1 Evaluationskriterien	10.2 Evaluationsmethoden	10.3 Anteil an der Gesamtnote
10.4 Vorlesung	Prüfung	Mitarbeit	50% der Endnote
10.5 Seminar / laborator/lp/stagii	Projekte	Vortragen der Projekte	50% der Endnote
10.6 Minimale Leistungsstandards			
Der Student muss die Etappen der planifizierten Aktion kennen, die Instrumente der intra und interinstitutionellen Kommunikation, Aspekte bezogen auf die Informationsmedien in Massen und die Strukturierung der informativen Materialien.			

Ausgefüllt am:

Vorlesungsverantwortlicher

Seminarverantwortlicher

26.09.2013

Lekt. Dr. Mirela-Codruța Abrudan

Lekt. Dr. Mirela-Codruța Abrudan

Genehmigt im Department am:

Departmentdirektor

26.09.2013

Prof. Dr. Elena Abrudan

