



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI

Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale  
2007-2013MINISTERUL  
EDUCAȚIEI  
NAȚIONALE

OIPOSDRU

Universitatea Spiru Haret  
București

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007- 2013. Investește în oameni!

✉ Str. Italiană, nr. 28, et.1, cam.6, București, sect. 2 @ europa2020@spiruharet.ro

☎ 021.455.1721

🌐 www.europa2020.spiruharet.ro



POSDRU/156/1.2/G/139490

## Marketingul diplomației publice - Prof.univ.dr. Pistol Gheorghe

### 1. Chestionar privind structura curriculei la disciplina

Vă rugăm să evaluați structura curriculei cursului de **Marketingul diplomației publice**, completând sau atribuind o notă de la 1 la 5 pentru următoarele aspecte:

1- indică: Dezacord total

5 - indică: Acord total

Calitatea și relevanța subiectelor din curricula	Punctaj				
	1	2	3	4	5
1. Obiectivele cursului <i>cursului de Marketingul diplomației publice</i> au fost bine definite în prezentarea acestuia					
2. Care au fost obiectivele cele mai importante ale cursului?					
3. Ce obiective importante considerați că nu s-au regăsit în curs?					
4. Etapele curriculei au reprezentat o trecere logică prin subiectele cursului <i>de Marketingul diplomației publice</i>					
5. Subiectele din cadrul curriculei cursului au avut un grad satisfăcător de relevanță					
6. Sugerati subiecte suplimentare care pot fi introduse, pe viitor, în cadrul cursului <i>de Marketingul diplomației publice</i>					
7. Modulul de curs <i>Marketingul diplomației publice</i> s-a încadrat bine în curricula programului de masterat.					
8. Exemplificați alte module de curs conexe cu subiectul comunicării interculturale care se pot regăsi în programul de masterat					
9. Pe parcursul cursului <i>de Marketingul diplomației publice</i> nu au existat abateri majore de la structura inițială a curriculei, prezentată de către instituția universitară					
10. În cazul în care au existat abateri majore, vă rugăm să le precizați					
11. Numărul de ore de predare alocat pentru cursul <i>de Marketingul diplomației publice</i> a fost corespunzător proporționat în raport cu dimensiunea curriculei programului de masterat					
12. Precizați ce fond de timp de predare considerați că ar fi necesare pentru cursul <i>de Marketingul diplomației publice</i>					
13. Curricula de specializare în <i>de Marketingul diplomației publice</i> a fost bine structurată și integrată în programul de masterat					
14. Cursanților li s-a cerut feedback pentru îmbunătățirea curriculei cursului <i>de Marketingul diplomației publice</i>					
15. Cursanților li s-a permis să aducă elemente de plus-valoare pe parcursul discuțiilor din cadrul cursului <i>de Marketingul diplomației publice</i>					



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI

Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale  
2007-2013MINISTERUL  
EDUCAȚIEI  
NAȚIONALE

OIPOSDRU

Universitatea Spiru Haret  
București

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007- 2013. Investește în oameni!

✉ Str. Italiană, nr. 28, et.1, cam.6, București, sect. 2 @ europa2020@spiruharet.ro

☎ 021.455.1721

🌐 www.europa2020.spiruharet.ro



POSDRU/156/1.2/G/139490

**Marketingul diplomației publice- Prof.univ.dr. Pistol Gheorghe****2. Chestionar privind bibliografia**

Vă rugăm să evaluați bibliografia cursului, Marketingul diplomației publice completând sau atribuind o notă de la 1 la 5 pentru următoarele aspecte:

- 1 – înseamnă: Dezacord total
- 5 - indică : Acord total

TIPOLOGIA SURSELOR BIBLIOGRAFICE	Punctaj				
	1	2	3	4	5
1. Bibliografia a fost în concordanță cu materialul didactic utilizat la cursul <i>Marketingul Diplomației publice</i>					
1a). Propuneri de îmbunătățire a bibliografiei utilizate la curs					
2. Informațiile prezentate în cadrul cursului au fost de actualitate					
3. Cursanții nu au întâmpinat dificultăți în identificarea materialelor bibliografice					
3a). Dacă s-au întâmpinat dificultăți în identificarea materialelor bibliografice, vă rugăm să le detaliați					
4. Cursanții nu au întâmpinat dificultăți în procurarea materialelor bibliografice					
4a). Dacă s-au întâmpinat dificultăți în procurarea materialelor bibliografice, vă rugăm să le detaliați					
5. În cadrul cursului <i>Marketingul Diplomației publice</i> au fost prezentate și utilizate surse bibliografice foarte recente					
5a). Vă rugăm să dați câteva exemple de surse bibliografice foarte recente utilizate în cadrul cursului					
5b). Cunoașteți alte surse bibliografice de factură recentă pe care le-ați dori introduse ca bibliografie în cadrul cursului ?					
6. Au fost prezentate surse cu care cursanții erau deja familiarizați din lectura personală					
6a). Care sunt acele surse pe care le-ati lecturat deja personal?					
7. La curs s-au prezentat surse care fuseseră sugerate și în cadrul altor cursuri					
7a). Procentual, cât au reprezentat în cadrul cursului <i>Marketingul diplomației publice</i> sursele bibliografice sugerate și în cadrul altor cursuri ?					
8. Utilizarea de surse bibliografice clasice în cadrul cursului					
8a). Procentual, cât au reprezentat în cadrul cursului <i>Marketingul diplomației publice</i> , sursele bibliografice clasice ?					
9. Utilizarea de surse bibliografice electronice în cadrul cursului					
9a). Procentual, cât au reprezentat în cadrul cursului <i>Marketingul diplomației publice</i> , sursele bibliografice electronice?					



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI

Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale  
2007-2013MINISTERUL  
EDUCAȚIEI  
NAȚIONALE

OIPOSDRU

Universitatea Spiru Haret  
București

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007- 2013. Investește în oameni!

✉ Str. Italiană, nr. 28, et.1, cam.6, București, sect. 2 @ europa2020@spiruharet.ro

☎ 021.455.1721

🌐 www.europa2020.spiruharet.ro

Europa  
2020

POSDRU/156/1.2/G/139490

10. În cadrul cursului s-au utilizat surse bibliografice în limba română					
10a). Procentual, cât au reprezentat în cadrul cursului <i>Marketingul diplomației publice</i> , sursele bibliografice în limba română ?					
11.Utilizarea de surse bibliografice în limbi străine, de circulație internațională					
11a).Procentual, cât au reprezentat în cadrul cursului <i>Marketingul diplomației publice</i> , sursele bibliografice în limbi străine, de circulație internațională ?					
12. Sursele bibliografice în limbi străine prefer să fie traduse în limba română					
13. Au fost oferite și surse bibliografice interdisciplinare					
13a). Numiți cel puțin o tematică prezentată în cadrul cursului <i>Marketingul diplomației publice</i> pentru care s-a recomandat utilizarea de surse bibliografice interdisciplinare					
14.Cursanții au fost încurajați să identifice singuri și alte surse bibliografice					
<b>CUNOAȘTEREA MATERIEI/STĂPÂNIREA SUBIECTULUI</b>					
15. În cadrul cursului au fost făcute referiri la autori reprezentativi în domeniu					
15a). Numiți cel puțin un autor reprezentativ pentru domeniul de cercetare <i>Marketingul diplomației publice</i> .					
16. La curs au fost făcute referiri la publicații de specialitate reprezentative pentru domeniul de cercetare					
16a).Numiți cel puțin o publicație de specialitate reprezentativă pentru domeniul de cercetare <i>Marketingul diplomației publice</i>					
<b>METODOLOGIA CERCETĂRII ȘTIINȚIFICE</b>					
17.Numiți cele mai utilizate surse de obținere a informațiilor, încercând să le ordonați ierarhic (cel mai utilizat-cel mai puțin utilizat):					
18.Cursantul cunoaște metodele de citare corectă a surselor , căci și le-a însușit la curs					
19.Sursele bibliografice au fost analizate critic în cadrul dezbaterilor de curs/seminar					
20. Cursantul a învățat la curs să se ferească de plagiat prin inserarea notelor de subsol					
20a).Cunoașteți softuri care vă pot verifica lucrările pentru a vă furniza procentul de plagiere? Numiți măcar un soft specializat.					
21. Softurile anti-plagiere v-au fost făcute cunoscute pentru prima oară în cadrul cursului					
22.Mediul virtual oferă informații mai rapide și mai corecte, într-un timp foarte scurt					
23. Biblioteca clasică și librăria nu mai reprezintă un interes sporit pentru mine					
24. Biblioteca clasică și librăria ar putea prezenta interes pentru mine dacă timpul mi-ar permite acest lucru					
25. La bibliografia finală am fost instruit cu privire la ordinea în care trebuie să apară sursele de inspirație și documentare					



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI

Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale  
2007-2013MINISTERUL  
EDUCAȚIEI  
NAȚIONALE

OIPOSDRU

Universitatea Spiru Haret  
București

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007- 2013. Investește în oameni!

✉ Str. Italiană, nr. 28, et.1, cam.6, București, sect. 2 @ europa2020@spiruharet.ro

☎ 021.455.1721

🌐 www.europa2020.spiruharet.ro



POSDRU/156/1.2/G/139490

**Marketingul diplomației publice- Prof.univ.dr. Pistol Gheorghe****3. Chestionar privind competențele specifice cerute de potențialii angajatori***Vă rugăm să evaluați competențele oferite de către cursul intitulat, **Marketingul******Diplomației Publice** completând sau atribuind o notă de la 1 la 5 pentru următoarele aspecte:**1 - înseamnă: **Deloc****5 - indică: **În totalitate***

<i>Recomandăm ca atunci când completați acest chestionar să aveți în vedere faptul că scopul unui curs este acela de a vă dezvolta competențe specifice profesionale, dar și transversale, care pot implica și dezvoltarea personalității dumneavoastră.</i>	Punctaj				
	1	2	3	4	5
<b>COMPETENȚE SPECIFICE ACUMULATE</b>					
<b>COMPETENȚE PROFESIONALE</b>					
1.Considerați că puteți identifica și utiliza limbajul și cunoștințele de specialitate din domeniul științelor informației și comunicării?					
2. Sunteți capabil/ă să utilizați resursele lingvistice pentru a comunica eficient și persuasiv?					
2a). Procentual, cât estimați că ați fi capabil/ă să utilizați resursele lingvistice pentru a comunica eficient și persuasiv?					
3. Puteți argumenta convingător pentru a soluționa diferite situații problematice, respectând normele deontologice?					
3a). Procentual, cât considerați că puteți argumenta convingător pentru a soluționa o anumită situație problematică?					
4. Vă considerați pregătit/ă pentru a purta o discuție cu un grup de persoane cu un nivel mediu de cunoștințe în domeniul marketingului în vederea soluționării a diferite situații problematice, respectând normele deontologice?					
4a). Procentual, cât considerați că sunteți de pregătit/ă pentru a purta o discuție cu un grup de persoane cu un nivel mediu de cunoștințe în domeniul marketingului în vederea soluționării unei anumite situații problematice ?					
5. Credeți că puteți folosi metodele și tehnicile marketingului pentru a optimiza fluxul comunicațional și eficiența unei echipe din care ați putea face parte?					
5a). Procentual, cât considerați că vă puteți folosi de metodele și tehnicile marketingului pentru a optimiza fluxul comunicațional și eficiența unei echipe din care ați putea face parte ?					
6. Considerați util cursul <i>Marketingul diplomației Publice</i> fixării unor noțiuni fundamentale din științele economice, necesare în diplomația publică?					
6a). Numiți cel puțin o politică de marketing care vi s-a părut mai relevantă în vederea fixării unor noțiuni fundamentale din științele economice, necesare în diplomația publică.					
7. În urma prelegerilor la care ați asistat considerați că v-ați format deprinderile de utilizare conștientă și a resurselor oferite de știința marketingului?					
7a). Numiți câteva deprinderi de utilizare conștientă a resurselor oferite de știința marketingului pe care le-ați însușit la curs.					



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI

Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale  
2007-2013MINISTERUL  
EDUCAȚIEI  
NAȚIONALE

OIPOSDRU

Universitatea Spiru Haret  
București

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007- 2013. Investește în oameni!

✉ Str. Italiană, nr. 28, et.1, cam.6, București, sect. 2 @ europa2020@spiruharet.ro

☎ 021.455.1721

🌐 www.europa2020.spiruharet.ro



POSDRU/150/1.2/G/139490

8. Credeți că la finalul cursului v-ați format abilitățile pentru a deveni un comunicator eficient pe probleme de marketing?					
8a). Numiți acele abilități pe care le-ați însușit la curs pentru a deveni un comunicator eficient pe probleme de marketing.					
9. Puteți reda câteva componente ale instrumentarului de marketing folosit în diplomația publică?					
10. Aveți capacitatea de a analiza rolul media în societatea contemporană, privită din punctul de vedere al modului în care evoluează și influențează opinia publică ?					
10a). Procentual, cât considerați că aveți capacitatea de a analiza rolul media în societatea contemporană?					
11. Cunoașteți rolul relațiilor dintre mass-media și opinia publică din perspectiva diplomației publice?					
11a). Procentual, cât cunoașteți despre rolul relațiilor dintre mass-media și opinia publică din perspectiva diplomației publice?					
12. Considerați că în cadrul cursului <i>Marketingul diplomației Publice</i> ați acumulat suficiente informații referitoare la rolul și locul pe care îl ocupă problematica în cauză în diplomația publică?					
12a). Numiți câteva informații referitoare la rolul și locul pe care îl ocupă problematica marketingului în diplomația publică.					
13. Sunteți capabil/ă să utilizați instrumentele de analiză și interpretare specifice pentru caracterizarea rolului și locului marketingului în diplomația publică ?					
13a) Procentual, cât considerați că sunteți capabil/ă să utilizați instrumentele de analiză și interpretare specifice pentru caracterizarea rolului și locului marketingului în diplomația publică ?					
14. Credeți că puteți utiliza instrumentele de analiză și interpretare specifice pentru caracterizarea rolului și locului marketingului în diplomația publică ?					
14a). Procentual, cât credeți că puteți utiliza instrumentele de analiză și interpretare specifice pentru caracterizarea rolului și locului marketingului în diplomația publică ?					
<b>COMPETENȚE TRANSVERSALE</b>					
15. Ca urmare a definitivării cursului <i>Marketingul Diplomației Publice</i> considerați că sunteți capabil/ă să puneți în aplicare tehnici de muncă eficientă într-o echipă multidisciplinară, cu îndeplinirea anumitor sarcini pe diferite paliere ierarhice?					
15a). Procentual, cât considerați că sunteți capabil/ă să puneți în aplicare tehnici de muncă eficientă într-o echipă multidisciplinară, cu îndeplinirea anumitor sarcini pe diferite paliere ierarhice?					
15b). Numiți o tehnică de muncă eficientă într-o echipă multidisciplinară.					
16. Cursul a reușit să vă dezvolte o gândire critică, care să atragă după sine o capacitate analitică?					
16a). Procentual, cât v-a stimulat gândirea critică participarea la acest curs?					
17. Acest curs a reușit să vă dezvolte o disponibilitate pentru dialog și schimb de idei ?					
17a). Procentual, cât v-a stimulat acest curs disponibilitatea pentru dialog și schimbul de idei ?					
18. Sunteți capabil/ă să realizați sarcini complexe sub presiunea timpului, în condiții de incertitudine și riscuri ?					
18a). Procentual, cât credeți că sunteți capabil/ă să realizați sarcini complexe sub presiunea timpului, în condiții de incertitudine și riscuri ?					



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI

Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale  
2007-2013MINISTERUL  
EDUCAȚIEI  
NAȚIONALE

OIPOSDRU

Universitatea Spiru Haret  
București

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007- 2013. Investește în oameni!

✉ Str. Italiană, nr. 28, et.1, cam.6, București, sect. 2 @ europa2020@spiruharet.ro

☎ 021.455.1721

🌐 www.europa2020.spiruharet.ro



POSDRU/150/1.2/G/139490

19. Puteti organiza, având o planificare anterioară, resurse umane în cadrul unui grup/a unei organizații, în condiții de acceptare a diversității de opinie și cultură, precum și a atitudinilor critice, fiind capabil să faceți o evaluare critic-constructivă a acestora?							
19a).Procentual, cât considerați că puteti organiza, resursele umane din cadrul unui grup/a unei organizații, în condiții de acceptare a diversității de opinie și cultură, precum și a atitudinilor critice?							
20. Considerați că puteți proiecta o schemă de soluționare în timp real a unei probleme la locul de muncă, asumându-vă implementarea acesteia, cu respectarea normelor deontologiei profesionale?							
20a). Procentual, cât credeți că puteți proiecta o schemă de soluționare în timp real a unei probleme la locul de muncă ?							
<b>ÎNTREBĂRI DE CONCLUZIONARE</b>							
21. Disciplina <i>Marketingul Diplomației Publice</i> răspunde în totalitate competențelor specifice profesionale cerute de angajatori pentru a răspunde exigențelor cerute de diplomația publică?							
22. Considerați ca acest curs răspunde în totalitate competențelor specifice transversale cerute de angajatori pentru a răspunde exigențelor cerute de diplomația publică?							
23. Considerați că în cadrul cursului <i>Marketingul diplomației Publice</i> ar mai trebui incluse și alte informații, elemente, concepte care să vă dezvolte anumite competențe în domeniul diplomației publice? Daca da, care ar fi acelea ? (enumerati-le)							
24. Care considerați că au fost competențele profesionale obținute de dumneavoastră ca urmare a participării la acest curs?							
25. În opinia dumneavoastră, care considerați că au fost competențele transversale obținute ca urmare a participării la acest curs?							

Realizat,  
Prof. univ.dr. Gheorghe Pistol  
Expert Științific



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI

Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale  
2007-2013MINISTERUL  
EDUCAȚIEI  
NAȚIONALE

OIPOSDRU

Universitatea Spiru Haret  
București

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007- 2013. Investește în oameni!

✉ Str. Italiană, nr. 28, et.1, cam.6, București, sect. 2 @ europa2020@spiruharet.ro

☎ 021.455.1721

🌐 www.europa2020.spiruharet.ro



POSDRU/156/1.2/G/139490

**Marketingul diplomației publice - Prof. univ. dr. Pistol Gheorghe****4. Chestionar privind tehnica de predare**

Vă rugăm să evaluați tehnica de predare oferite de catre cursul de **Marketingul diplomației publice**, completând sau atribuind o notă de la 1 la 5 pentru următoarele aspecte:

1- indică: Dezacord total

5 - indică: Acord total

	Punctaj				
	1	2	3	4	5
<b>I. PRELEGAREA (transmiterea cunoștințelor prin intermediul monologului)</b> <i>Apreciați, atribuind o notă de la 1 la 5, fiecare dintre următoarele aspecte referitoare la prelegere.</i>					
1. Evidențierea ideilor principale ale cursului de Marketingul diplomației publice					
2. Claritatea explicațiilor					
3. Logica expunerii					
4. Precizați ce aspecte ar trebui îmbunătățite					
<b>II. CONVERSAȚIA (transmiterea cunoștințelor prin intermediul dialogului, discuțiilor sau dezbaterilor)</b> <i>Apreciați, atribuind o notă de la 1 la 5, fiecare dintre următoarele aspecte referitoare la conversație.</i>					
5. Stimularea studenților să adreseze întrebări					
6. Formularea unor răspunsuri adecvate la întrebările studenților					
7. Stimularea dezbaterilor între studenți					
8. Precizați ce aspecte ar trebui îmbunătățite					
<b>III. DEMONSTRAȚIA (transmiterea cunoștințelor prin intermediul aplicațiilor concrete ale acestora)</b> <i>Evaluați (atribuind o notă de la 1 la 5) claritatea demonstrațiilor utilizate în fiecare din următoarele secvențe ale unităților de învățare ale cursului de Marketingul diplomației publice</i>					
9. Teoriile funcționaliste ale comunicării interculturale					
10. Teoriile interpretiviste ale comunicării interculturale					



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI

Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale  
2007-2013MINISTERUL  
EDUCAȚIEI  
NAȚIONALE

OIPOSDRU

Universitatea Spiru Haret  
București

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007- 2013. Investește în oameni!

✉ Str. Italiană, nr. 28, et.1, cam.6, București, sect. 2 @ europa2020@spiruharet.ro

☎ 021.455.1721

🌐 www.europa2020.spiruharet.ro



POSDRU/156/1.2/G/139490

11. Abordarea semiotică a comunicării					
12. Precizați ce aspecte ar trebui îmbunătățite					
<b>IV. MODELAREA (transmiterea cunoștințelor prin intermediul analogiilor cu anumite modele (simbolice) capabile să evidențieze caracteristicile fenomenului studiat)</b> <i>Evaluati (atribuind o notă de la 1 la 5) relevanța analogiilor utilizate în fiecare din următoarele secvențe ale unităților de învățare ale cursului cursului de Marketingul diplomației publice</i>					
13. Abordarea antropologică a culturii					
14. Abordarea socio-psihologică a culturii					
15. Abordarea semiotică a culturii					
16. Precizați ce aspecte ar trebui îmbunătățite					
<b>V. STUDII DE CAZ (transmiterea cunoștințelor prin analiza unei situații tipice pentru o anumită categorie de fenomene)</b> <i>Evaluati (atribuind o notă de la 1 la 5) relevanța aplicațiilor practice utilizate în cursul de cursului Marketingul diplomației publice</i>					
<b>VI. PROBLEMATIZAREA (transmiterea cunoștințelor prin crearea unor situații-problemă)</b> <i>Evaluati (atribuind o notă de la 1 la 5) relevanța situațiilor-problemă utilizate în fiecare din cele patru capitole ale cursului de Marketingul diplomației publice. Ce aspect ar trebui îmbunătățite?</i>					
<b>VII. EFICIENȚA TEHNICILOR DE PREDARE</b> <i>Apreciați, atribuind o notă de la 1 la 5, fiecare dintre următoarele aspecte referitoare la eficiența tehnicilor de predare.</i>					
17. Tehnicile de predare au fost utilizate în concordanță cu conținuturile unității de învățare.					
18. Tehnicile de predare au fost utilizate în concordanță cu obiectivele disciplinei.					





UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI

Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale  
2007-2013MINISTERUL  
EDUCAȚIEI  
NAȚIONALE

OIPOSDRU

Universitatea Spiru Haret  
București

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007- 2013. Investește în oameni!

✉ Str. Italiană, nr. 28, et.1, cam.6, București, sect. 2 @ europa2020@spiruharet.ro

☎ 021.455.1721

🌐 www.europa2020.spiruharet.ro



POSDRU/156/1.2/G/139490

**Marketingul diplomației publice - Prof.univ.dr. Pistol Gheorghe****5. Chestionar privind materialul didactic**

Vă rugăm să evaluați materialul didactic folosit la cursului de **Marketingul diplomației publice**, completând sau atribuind o notă de la 1 la 5 pentru următoarele aspecte:

1- indică: Dezacord total

5 - indică: Acord total

CALITATEA MATERIALELOR DIDACTICE	Punctaj				
	1	2	3	4	5
1. Apreciați nivelul științific al conținutului cursului Marketingul diplomației publice					
1.a. Argumentați răspunsul dvs.					
2. Apreciați nivelul de înțelegere a conținutului cursului Marketingul diplomației publice ?					
2.a. Argumentați răspunsul dvs.					
3. În ce măsură considerați conținutul cursului Marketingul diplomației publice ca fiind clar și coerent?					
3.a. Argumentați răspunsul dvs.					
4. Apreciați relevanța materialelor didactice auxiliare folosite în cadrul cursului Marketingul diplomației publice pentru pregătirea dvs. ?					
4.b. Argumentați răspunsul dvs.					
5. Apreciați gradul integrare al disciplinei în Marketingul diplomației publice în cadrul viitorului program masteral în Diplomație publică?					
5.a. Argumentați răspunsul dvs.					
6. Apreciați gradul de actualitate al disciplinei Marketingul diplomației publice ?					
6.a. Motivați răspunsul dvs.					
7. În ce măsură preferați forma printată a suportului de curs?					
7.a. Motivați răspunsul dvs.					
8. În ce măsură preferați forma electronică a suportului de curs?					



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI

Fondul Social European  
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale  
2007-2013MINISTERUL  
EDUCAȚIEI  
NAȚIONALE

OIPOSDRU

Universitatea Spiru Haret  
București

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007- 2013. Investește în oameni!

✉ Str. Italiană, nr. 28, et.1, cam.6, București, sect. 2 @ europa2020@spiruharet.ro

☎ 021.455.1721

🌐 www.europa2020.spiruharet.ro



POSDRU/156/1.2/G/130/90

8.a. Motivați răspunsul dvs.									
9. În ce măsură conceptele cheie sunt clar definite în cadrul cursului?									
9.a. Enumerați 5 concepte cheie din acest curs.									
<b>II. METODE DE EVALUARE</b>									
10. Apreciați gradul de relevanță al evaluării prin teste de tip grilă?									
10.a. Argumentați răspunsul dvs.									
11. Apreciați gradul de relevanță al evaluării prin subiecte scrise?									
11.a. Argumentați răspunsul dvs.									
12. Apreciați gradul de relevanță al evaluării orale?									
12.a. Motivați răspunsul dvs.									
13. Apreciați gradul de utilitate al evaluării pe parcurs (parțiale)?									
13.a. Argumentați răspunsul dvs.									
<b>III. ÎNTREBĂRI DE CONCLUZIONARE</b>									
14. În ce măsură considerați ca acest curs răspunde așteptărilor dvs de construire a unei cariere în domeniul de studii?									
14.a. Argumentați răspunsul dvs.									
15. În ce măsură disciplina cursul Marketingul diplomației publice răspunde așteptărilor dvs. de pregătire pentru un viitor loc de muncă?									
15.a. Argumentați răspunsul dvs.									

Cadru didactic: Prof. univ. dr. Gheorghe Pistol

Expert științific