

## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

|                                   |   |
|-----------------------------------|---|
| Instituția de învățământ superior | Universitatea „Ștefan cel Mare” din Suceava         |
| Facultatea                        | Facultatea de Litere și Științe ale Comunicării     |
| Departamentul                     | Limba și Literatura Română și Științele Comunicării |
| Domeniul de studii                | Științele comunicării                               |
| Ciclul de studii                  | Licență   |
| Programul de studii/calificarea   | Comunicare și relații publice                       |

### 2. Date despre disciplină

|                                    |   |           |   |                   |          |
|------------------------------------|---|-----------|---|-------------------|----------|
| Denumirea disciplinei              | <b>ELABORAREA UNUI PRODUS DE RELAȚII PUBLICE 1</b>  |           |   |                   |          |
| Titularul activităților de curs    | Lector dr. asociat Iuliana APETRI   |           |   |                   |          |
| Titularul activităților de seminar | Lector dr. asociat Iuliana APETRI   |           |   |                   |          |
| Anul de studiu                     | II  | Semestrul | 3 | Tipul de evaluare | Colocviu |
| Regimul disciplinei                | Categorica formativă a disciplinei<br>DF - fundamentală, DD - în domeniu, DS - de specialitate, DC - complementară                    |           |   |                   | DS       |
|                                    | Categorica de opționalitate a disciplinei:<br>DO - obligatorie (impusă), DA - opțională (la alegere), DL - facultativă (liber aleasă) |           |   |                   | DO       |

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

|   |    |      |    |         |   |           |    |         |   |
|---|----|------|----|---------|---|-----------|----|---------|---|
| I. a. Număr de ore pe săptămână               | 3  | Curs | 2  | Seminar | - | Laborator | 1  | Proiect | - |
| I. b. Totalul de ore din planul de învățământ | 42 | Curs | 28 | Seminar | - | Laborator | 14 | Proiect | - |

|   |     |
|---|-----|
| Distribuția fondului de timp  | Ore |
| II. a. Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe                                     | 20  |
| II. b. Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren | 14  |
| II. c. Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri                          | 20  |
| II. d. Tutoriat   | 2   |
| III. Examinări  | 2   |
| IV. Alte activități   | -   |

|                             |     |
|-----------------------------|-----|
| Total ore studiu individual | 56  |
| Total ore pe semestru       | 100 |
| Numărul de credite          | 4   |

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

|            |  |
|------------|--|
| Curriculum | Fundamente ale științelor sociale  |
| Competențe | <ul style="list-style-type: none"> <li>realizarea de conexiuni între rezultatele cunoașterii fenomenului relaționist;</li> <li>argumentarea enunțurilor făcute în legătură cu geneza, structura și funcționarea mecanismelor specifice relațiilor publice;</li> <li>analiza și sinteza, generalizarea, concretizarea tuturor aspectelor studiate teoretic și practic referitor la relațiile publice</li> </ul> |

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

|                        |   |
|------------------------|---|
| Desfășurare a cursului | • sală de curs cu videoproiector                            |
| Desfășurare aplicații  | Seminar<br>• sală de seminar cu flipchart și videoproiector |

### 6. Competențe specifice acumulate

|                         |   |
|-------------------------|---|
| Competențe profesionale | C3 Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în procesul de relații publice;<br>C4 Realizarea și promovarea unui produs de relații publice; |
|-------------------------|---|

|                         |  |
|-------------------------|--|
| Competențe transversale | CT2 Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice; |
|-------------------------|--|

**7. Obiectivele disciplinei** (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

|                                   |         |   |
|-----------------------------------|---------|---|
| Obiectivul general al disciplinei |         | Însușirea și valorificarea conceptelor de baza din domeniu;<br>Formarea de capacități necesare pentru elaborarea, redactarea și editarea materialelor de relații publice. |
| Obiectivele specifice             | Curs    | - sistematizarea și adîncirea cunoștințelor teoretice și conturarea abilităților practice în domeniul relațiilor publice.   |
|                                   | Seminar | - conceperea și realizarea de produse RP.   |

**8. Conținuturi**

| Curs:   | Nr. ore | Metode de predare  | Obs |
|---|---------|--|-----|
| 1. Calitatea, elementele și cerințele generale ale comunicării în relațiile publice.  | 4       | – Prelegeri pe baza suport-tului de curs și a bibliografiei aferente;<br>– Expuneri libere cu analize pe material tipărit și audio-vizual. |     |
| 2. Norme de editare și tehnoredactare în realizarea unui material de relații publice. | 4       |  |     |
| 3. Elemente de design conceptual.   | 4       |  |     |
| 4. Discursul: tipologie, stil și conținut.  | 4       |  |     |
| 5. Prezentarea, știrea de presă, comunicatul de presă.                                | 4       |  |     |
| 6. Raportul text-imagine în elaborarea unui produs de relații publice.                | 4       |  |     |
| 7. Invitația. Poșta electronică: e-mail-ul. Memo-ul.                                  | 4       |  |     |

**Bibliografie**

BRANDL-GHERGA, Mariana, *Eveniment și imagine în presa scrisă*, Timișoara, Artpress, 2002.  
 BRAS, Florence Le, *Secretele unui bun curriculum vitae*, București, Teora, 2005.  
 COMAN, Cristina, *Relațiile publice și mass-media*, Polirom, Iași, 2000.  
 COMAN, Cristina, *Relațiile publice. Principii și strategii*, Polirom, Iași, 2001.  
 COMAN, Mihai (coord.), *Manual de jurnalism. Tehnici fundamentale de redactare*, Polirom, Iași, 1999.  
 DAGENAIS, Bernard, *Profesia de relaționist*, Polirom, Iași, 2002.  
 DAVID, George; Mircea, Dan, *Partea plină a paharului: o introducere în tehnicile și campaniile de relații publice*, Editura Lumen, Iași, 2015.  
 DAGENAIS, Bernard, *Campania de relații publice*, Polirom, Iași, 2003.  
 LARSON, Charles, *Persuasiunea. Receptare și responsabilitate*, Polirom, Iași, 2003.  
 MARCONI, Joe, *Ghid practic de relații publice*, Polirom, Iași, 2007.  
 NEWSOM, Doug; CARELL, Bob, *Redactarea materialelor de relații publice*, Polirom, Iași, 2004.  
 NEWSOM, Doug, *Totul despre relațiile publice*, Polirom, Iași, 2003.  
 RIDGEWAY, Judith, *Relațiile cu media – ghid practic*, Editura Codecs, București, 1996.  
 STANCU, Valentin și alții, *Relații publice. Succes și credibilitate*, București, Concept Publishing, 1997.  
 ȘERB, Stancu, *Relații publice și comunicare*, Teora, București, 2001.  
 VEGHES RUFF, Iulian; GRIGORE, Bogdan, *Relațiile publice și publicitatea on line*, Polirom, Iași, 2003.  
 ZAIȚ, Adriana, *Relații publice*, Sedcom Libris, Iași, 2004.

| Aplicații (seminar/laborator) | Nr. ore | Metode de predare | Obs |
|-------------------------------|---------|-------------------|-----|
| 1. Afișul și fluturașii.      | 4       |                   |     |
| 2. Cartea de vizită.          | 2       |                   |     |
| 3. Slide-urile.               | 2       |                   |     |
| 4. Broșura.                   | 2       |                   |     |
| 5. Pliantul.                  | 4       |                   |     |

**Bibliografie**

COMAN, Mihai (coord.), *Manual de jurnalism. Tehnici fundamentale de redactare*, Polirom, Iași, 1999.  
 DAGENAIS, Bernard, *Campania de relații publice*, Polirom, Iași, 2003.  
 LARSON, Charles, *Persuasiunea. Receptare și responsabilitate*, Polirom, Iași, 2003.

MARCONI, Joe, *Ghid practic de relații publice*, Polirom, Iași, 2007.  
 NEWSOM, Doug; CARELL, Bob, *Redactarea materialelor de relații publice*, Polirom, Iași, 2004.  
 VEGHES Ruff, Iulian; GRIGORE, Bogdan, *Relațiile publice și publicitatea on line*, Polirom, Iași, 2003.

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

– Tematica selectată pentru prelegeri și aprofundare prin studiu individual va permite absolventului să presteze activități de consilier de imagine, purtător de cuvânt, specialist în comunicare inter- și intrainstituțională, mediator, strateg de campanii promo-ționale în domeniul PR.



**10. Evaluare**

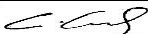
| Tip activitate | Criterii de evaluare   | Metode de evaluare   | Pondere din nota finală |
|----------------|--|--|-------------------------|
| Curs           | <ul style="list-style-type: none"> <li>asimilarea critică a informației teoretice;</li> <li>coerența, claritatea și precizia expunerii ideilor în discurs;</li> </ul>                        | Evaluare formativă:<br>– observarea curentă a participării interactive a studenților | 50 %                    |
| Seminar        | <ul style="list-style-type: none"> <li>conceperea și realizarea în parametri tehnici și estetici a materialelor de relații publice;</li> <li>elemente de compoziție și cromatică.</li> </ul> | – Teste, chestionare, probe practice etc.  | 50 %                    |


Standarde minime de performanță:

Standarde minime pentru nota 5: însușirea principalelor noțiuni, idei, teorii; cunoașterea problemelor de bază din domeniu;

Standarde minime pentru nota 10: abilități, cunoștințe certe și profund argumentate; exemple analizate, comentate; mod personal de abordare și interpretare; parcurgerea bibliografiei; însușirea principalelor strategii și principii de proiectare și construcție a materialelor de relații publice; conceperea și realizarea în parametri tehnici și estetici a materialelor de relații publice.

| Data completării   | Semnătura titularului de curs   | Semnătura titularului de seminar  |
|--------------------|---|---|
| 28 septembrie 2021 |  |  |

| Data avizării în departament | Semnătura directorului de departament   |
|------------------------------|---|
|                              |  |

| Data aprobării în Consiliul academic | Semnătura decanului   |
|--------------------------------------|---|
|                                      |  |