

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	INTRODUCERE ÎN RELAȚIILE PUBLICE				
Titularul activităților de curs	Lector dr. asociat Iuliana APETRI				
Titularul activităților de seminar	Lector dr. asociat Iuliana APETRI				
Anul de studiu	I	Semestrul	1	Tipul de evaluare	Examen
Regimul disciplinei	Categoriza formativă a disciplinei DF - fundamentală, DD - în domeniu, DS - de specialitate, DC - complementară				DD
	Categoriza de opționalitate a disciplinei: 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	4	Curs	2	Seminar	2	Laborator	-	Proiect	-
I. b. Totalul de ore din planul de învățământ	56	Curs	28	Seminar	28	Laborator	-	Proiect	-

Distribuția fondului de timp	Ore
II. a. Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	30
II. b. Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	25
II. c. Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	10
II. d. Tutoriat	2
III. Examinări	2
IV. Alte activități	-

Total ore studiu individual	67
Total ore pe semestru	125
Numărul de credite	5

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Curriculum	Fundamente ale științelor sociale
Competențe	<ul style="list-style-type: none"> analiza faptelor, fenomenelor și proceselor sociale; analizarea unor comportamente prin raportare la valori dezirabile; analizarea comportamentelor antisociale.

5. Condiții (acolo unde este cazul)

Desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none"> sală de curs cu videoproiector
Desfășurare aplicații	<ul style="list-style-type: none"> Sală de seminar cu flipchart și videoproiector

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	C1 Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării; C3 Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în procesul de relații publice; C4 Realizarea și promovarea unui produs de relații publice;
Competențe transversale	CT1 Rezolvarea în mod realist – cu argumentare atât teoretică, cât și practică – a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora; 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		– Cursul <i>Introducere în relațiile publice</i> urmărește însușirea de către studenți a conceptelor fundamentale din domeniul relațiilor publice, pentru a sprijini practicarea meseriei de specialist în relații publice.
Obiectivele specifice	Curs	<ul style="list-style-type: none"> - cunoașterea structurii clasice a unei organizații; - cunoașterea modului de elaboare a strategiilor de comunicare în RP; - cunoașterea modalităților de reprezentare a unei companii în aparițiile publice; - cunoașterea și aplicarea principiilor de organizare a evenimentelor;
	Seminar	<ul style="list-style-type: none"> - alegerea și corelarea adecvată a scopurilor unei campanii de relații publice; - conceperea, organizarea/gestionarea și aplicarea unui program de PR; - gestionarea rolurilor și responsabilităților.

8. Conținuturi

Curs:	Nr. ore	Metode de predare	Obs
1. Relațiile publice – definiții, importanță: aspecte conceptuale și aspecte instrumentale.	2	<ul style="list-style-type: none"> – Prelegeri pe baza suportului de curs și a bibliografiei aferente; – Expuneri libere cu analize pe material tipărit și audio-vizual 	
2. Evoluția relațiilor publice.	2		
3. Relațiile publice moderne.	2		
4. Structuri comunicativ-funcționale în relațiile publice.	2		
5. Etapele procesului de relații publice.	2		
6. Organizația ca sistem.	2		
7. Comunicarea în relațiile publice.	2		
8. Relații publice interne și externe.	2		
9. Publicul.	2		
10. Tipuri de activități în relațiile publice.	2		
11. Principii și valori în relațiile publice.	2		
12. Specialistul în relații publice.	2		
13. Comunicarea de criză.	2		
14. Campania de relații publice.	2		

Bibliografie

BALABAN, Delia-Cristina; RUS, Flaviu Călin (coord.), *PR Trend. Teorie și practică în publicitate și relații publice*, Editura Tritonic, București, 2007.

BERNAYS, Edward-Louis [1923], *Cristalizarea opiniei publice*, Editura Comunicare.ro, București, 2003.

CISMARU, Diana-Maria, *Comunicarea internă în organizații*, Editura Tritonic, București, 2008.

Cmeci, Camelia, *Tendințe actuale în campaniile de relații publice*, Editura Polirom, Iași, 2013.

COMAN, Cristina, *Relațiile publice. Principii și strategii*, Editura Polirom, Iași, 2001.

DAGENAIS, Bernard [1993], *Campania de relații publice*, trad. rom., Editura Polirom, Iași, 2003.

DAGENAIS, Bernard [1999], *Profesia de relaționist*, Polirom, Iași, 2002.

DAVID, George, *Tehnici de relații publice: comunicarea cu mass-media*, Editura Polirom, Iași, 2008.

DAVID, George; Mircea, Dan, *Partea plină a paharului: o introducere în tehnicile și campaniile de relații publice*, Editura Lumen, Iași, 2015.

Enache, Răzvan, *Relațiile publice din perspectivă socio-logică*, Editura Institutul European, Iași, 2009.

GREGORY, Anne (coord.), *Relațiile publice în practică*, trad. rom., ALL Beck, București, 2005.

JOUE, Michèle [2000], *Comunicarea. Publicitate și relații publice*, trad. rom., Editura Polirom, Iași, 2005.

NARIȚA, Ionel, *Introducere în relații publice*, Editura de Vest, Timișoara, 2010.

NEWSOM, Doug; VanSlyke Turk, Judy; Kruckeberg, Dean [2000], *Totul despre relațiile publice*, trad. rom., Editura Polirom, Iași, 2003.

OLIVER, Sandra [2001, 2007], *Strategii de relații publice*, trad. rom., Editura Polirom, Iași, 2009.

POPESCU, Cristian-Florin, *Dicționar explicativ de jurnalism, relații publice și publicitate*, Editura Tritonic, București, 2002.

ROGOJINARU, Angela (coord.), *Relații publice și publicitate. Tendințe și provocări*, Editura Tritonic, București, 2006.

ȘERB, Stancu et alii, *Relația cu publicul*, Editura Cartea Românească, București, 1995.

ȘERB, Stancu [1999], *Relații publice și comunicare*, Teora, București, 2005.

TEODORESCU, Gheorghe; Bejan, Petru, *Relații publice și publicitate. Discurs. Metodă. Interpretare*, Editura Fundației Axis, Iași, 2003.

WILCOX, Dennis L. et alii, *Relații publice: strategii și tactici*, trad. rom., Curtea Veche Publishing, București, 2009.

Aplicații (seminar)	Nr. ore	Metode de predare	Obs
1. Relațiile publice – definiții, importanță: aspecte conceptuale și aspecte instrumentale. Studii de caz.	2	– Aprofundarea și analiza elementelor, aspectelor și problemelor specifice relațiilor publice; – Dezbateri interactive pe studii de caz	
2. Evoluția relațiilor publice. Studii de caz.	2		
3. Relațiile publice moderne. Studii de caz.	2		
4. Structuri comunicativ-funcționale în relațiile publice. Studii de caz.	2		
5. Etapele procesului de relații publice. Studii de caz.	2		
6. Organizația ca sistem. Studii de caz.	2		
7. Comunicarea în relațiile publice. Studii de caz.	2		
8. Relații publice interne și externe. Studii de caz.	2		
9. Publicul. Studii de caz.	2		
10. Tipuri de activități în relațiile publice. Studii de caz.	2		
11. Principii și valori în relațiile publice. Studii de caz.	2		
12. Specialistul în relații publice. Studii de caz.	2		
13. Comunicarea de criză. Studii de caz.	2		
14. Campania de relații publice. Studii de caz.	2		

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

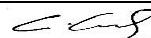
Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Curs	<ul style="list-style-type: none"> asimilarea critică a informației teoretice; coerența, claritatea și precizia expunerii ideilor în discurs; elaborarea și gestionarea unei campanii de relații publice în parametri de eficiență. 	Evaluare formativă: – observarea curentă a participării interactive a studenților	50 %
Seminar	<ul style="list-style-type: none"> perceperea corectă/adekvată a realității organizaționale; gestionarea eficientă a rolurilor și responsabilităților; selectarea pertinentă a exemplelor și argumentelor în prezentarea tendințelor sociale, politice și economice; 	– 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; elaborarea și gestionarea unei campanii de relații publice în parametri de eficiență; gestionarea eficientă a rolurilor și responsabilităților trasate sau asumate.

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
	