

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	Științe ale comunicării
Ciclul de studii	Licență
Programul de studii	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	Organizarea de evenimente				
Titularul activităților de curs	Lector asociat dr. Antoniu-Alexandru FLANDORFER				
Titularul activităților aplicative	Lector asociat dr. Antoniu-Alexandru FLANDORFER				
Anul de studiu	III	Semestrul	6	Tipul de evaluare	Examen
Regimul disciplinei	Categorია formativă a disciplinei DF - fundamentală, DD - în domeniu, DS - de specialitate, DC - complementară				DS
	Categorია 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	44	Curs	22	Seminar	22	Laborator		Proiect	-

II. 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	20
II.c. Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	14
II.d. Tutoriat	
III. Examinări	2
IV. Alte activități	

Total ore studiu individual II (a+b+c+d)	54
Total ore pe semestru Ib+II+III+IV	100
Numărul de credite	4

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Curriculum	Fundamente ale relațiilor publice
Competențe	<ul style="list-style-type: none"> ● rezolvarea de probleme prin modelare, algoritmizare etc. în studiul proceselor și fenomenelor moderne care se înscriu în aria relațiilor publice coroborate cu managementul organizării evenimentelor; ● descrierea unor stări, sisteme, procese, fenomene din spectrul relaționist; ● capacitatea de a transpune în practică informațiile dobândite; ● abilități de cercetare și creativitate în practica relațiilor publice pe disciplina <i>Organizarea evenimentelor</i>; ● capacitatea de a concepe proiecte și a le derula în domeniul de studiu; ● capacitatea de a soluționa probleme în practica activităților specifice comunicării și relațiilor publice ce vizează disciplina.

5. Condiții (acolo unde este cazul)

Desfășurare a cursului	● Sală de curs cu videoproiector
Desfășurare aplicații	Seminar ● Sală de seminar cu videoproiector, acces Internet

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	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>Organizarea evenimentelor</i> urmărește trecerea în revistă a celor mai impotante aspecte care privesc sistematizarea logică și aplicarea practică a programelor de relații publice, ceea ce fundamentează cunoașterea și experiența specialiștilor din acest domeniu. - Predarea de cunoștințe teoretice și conturarea abilităților practice privind organizarea evenimentelor. - Aprofundarea cunoștințelor în definirea conceptelor de bază, analiza activităților care țin de managementul organizării evenimentelor și utilizarea adecvată a termenilor de specialitate.
-----------------------------------	---

8. **Conținuturi**

Curs:	Nr. ore	Metode de predare	Obs
Noțiuni generale despre semnificația, obiectivele și tipurile de public participant la evenimente. Delimitări conceptuale.	2	– Prelegeri pe baza suportului de curs și a bibliografiei aferente;	
Tipologia evenimentelor. Considerații specifice.	4		
Managementul organizării evenimentelor.	4		
Planificarea bugetară și gestionarea resurselor umane în organizarea evenimentelor	4	– Expuneri libere cu analize pe material tipărit și audio-vizual	
Marketingul evenimentelor.	4		
Scenariul și punerea în scenă a evenimentelor. Evaluarea evenimentelor prin feedback.	4		
Bibliografie			
Coman, Cristina, <i>Relațiile publice și mass-media</i> , Editura Polirom, Iași, 2004. Cristina, Coman, <i>Relații publice: principii și strategii</i> , Editura Polirom, Iași, 2001. Dagenais, Bernard [1993], <i>Campania de relații publice</i> , trad. rom., Editura Polirom, Iași, 2003. David, George, <i>Tehnici de relații publice: comunicarea cu mass-media</i> , Editura Polirom, Iași, 2008. Eco, Umberto, <i>Apocaliptici și integrați: Comunicații de masă și teorii ale culturii de masă</i> , Editura Polirom, Iași, 2008. Gregory, Anne (coord.), <i>Planificarea și managementul campaniilor de relații publice</i> , trad. rom., Editura Polirom, Iași, 2009. Gregory, Anne (coord.), <i>Planificarea și managementul campaniilor de relații publice</i> , trad. rom., Editura Polirom, Iași, 2009. Gregory, Anne (coord.), <i>Relațiile publice în practică</i> , trad. rom., Editura ALL Beck, București, 2005. Iacob D., Cismaru D. M., Pricopie R., <i>Relațiile publice. Coeziune și eficiență prin comunicare</i> , Editura Comunicare.ro, București, 2011. Oliver, Sandra [2001, 2007], <i>Strategii de relații publice</i> , trad. rom., Editura Polirom, Iași, 2009. Oprea, Dumitru, Meșniță, Gabriela, Alexa, Marius, <i>Managementul evenimentelor: personale, organizationale, internationale</i> , Editura Polirom, Iași, 2016. Stancu, Valentin, <i>Companii de relații publice: Suport de curs</i> , S.N.S.P.A Facultatea de Comunicare și Relații Publice, București, 2004.			

Aplicații (seminar/laborator/proiect):	Nr. ore	Metode de predare	Obs
1. Căutare activă de exemple de evenimente renumite și atipice naționale și internaționale. Studii de caz.	4		
2. Tipuri de evenimente în funcție de publicul țintă. Studii de caz.	2		
3. Managementul organizării evenimentului: stabilirea obiectivelor; conceptul creativ; stabilirea programului evenimentului; stabilirea indicatorilor de performanță. Studii de caz.	4		
4. Strategiile comunicării externe și interne pentru promovarea evenimentelor. Studii de caz.	4		
5. Coroborarea etapelor de organizare a evenimentului cu resursele financiare alocate și distribuirea responsabilităților în cadrul echipei de implementare. Studii de caz.	4		
6. Stabilirea designului și defalcarea temporală a etapelor în organizarea desfășurării evenimentului. Cercetarea, negocierea și contractele, planul de proiect, planul de comunicare, gestionarea riscurilor, programul evenimentului (implementare și execuție; monitorizare și control). Studii de caz. Comunicarea post-event în mass-media și pe rețelele de Social Media. Studii de caz.	4	– Aprofundarea și analiza elementelor, aspectelor și problemelor specifice managementului relațiilor publice; – Dezbateri interactive pe studii de caz	
Bibliografie			
Coman, Cristina, <i>Relațiile publice și mass-media</i> , Editura Polirom, Iași, 2004. Coman, Cristina, <i>Relații publice: principii și strategii</i> , Editura Polirom, Iași, 2001. Umberto, Eco, <i>Apocaliptici și integrați: Comunicații de masă și teorii ale culturii de masă</i> , Editura Polirom, Iași, 2008. Gregory, Anne (coord.), <i>Planificarea și managementul campaniilor de relații publice</i> , trad. rom., Editura Polirom, Iași, 2009. Gregory, Anne (coord.), <i>Relațiile publice în practică</i> , trad. rom., Editura ALL Beck, București, 2005. Iacob D., Cismaru D. M., Pricopie R., <i>Relațiile publice. Coeziune și eficiență prin comunicare</i> , Editura Comunicare.ro, București, 2011.			

Oprea, Dumitru, Meșniță Gabriela, Alexa Marius, *Managementul evenimentelor: personale, organizationale, internationale*, Editura Polirom, Iași, 2016.
 Stancu, Valentin, *Companii de relații publice: Suport de curs*, S.N.S.P.A Facultatea de Comunicare și Relații Publice, București, 2004.

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


Conținutul disciplinei este în deplină concordanță cu standardele actuale ale comunității academice naționale/ europene și internaționale. Asociațiile profesionale și potențialii angajatori vor beneficia de specialiști în domeniul relațiilor publice în măsură să cunoască problematica și provocările societății actuale.

10. **Evaluare**

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Curs	– Cantitatea și calitatea cunoștințelor acumulate și relevanța științifică a acestora. – Coerența, claritatea și precizia expunerii ideilor în discurs.	Evaluare formativă: – observarea curentă a participării interactive a studenților	50 %
Seminar	– Capacitatea de a reține și comunica cunoștințe esențiale, de a face conexiuni interdisciplinare cu punerea în practică a cunoștințelor dobândite.	– Teste, chestionare, probe practice, etc.	50 %

Standard minim de performanță:

Standarde minime pentru nota 5: însusirea principalelor noțiuni, idei, teorii; cunoașterea problemelor de bază din domeniu;
Standarde minime pentru nota 10: abilitati, cunoștințe certe și profund argumentate; exemple analizate, comentate; mod personal de abordare și interpretare; capacitatea de a contextualiza cerințele subiectelor de examen și parcurgerea bibliografiei minime recomandate.

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului activității aplicative
24.10.2024		

Data avizării	Semnătura responsabilului de program
25.10.2024	

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament
26.10.2024	

Data aprobării în Consiliul academic	Semnătura decanului
27.10.2024	