

FIȘA DISCIPLINEI

(licență)

1. Date despre program

Instituția de învățământ superior	Universitatea „Ștefan cel Mare” din Suceava
Facultatea	Facultatea de Litere și Științe ale Comunicării
Departamentul	Departamentul de Limba și Literatura Română și Științele Comunicării
Domeniul de studii	Științele comunicării
Ciclul de studii	Licență
Programul de studii	Media digitală

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	Introducere în relațiile publice				
Titularul activităților de curs	Lector univ. dr. Sterian-Arthur Suciu				
Titularul activităților aplicative	Asistent univ. drd. Mădălina Toma				
Anul de studiu	II	Semestrul	3	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: DI - impusă, DO - opțională, DF – facultativă				DI

3. Timpul total estimat (ore alocate activităților didactice)

I a) Număr de ore pe săptămână	2	Curs	1	Seminar	1	Laborator/lucrări practice		Proiect	
I b) Totalul de ore pe semestru din planul de învățământ	28	Curs	14	Seminar	14	Laborator/lucrări practice		Proiect	

II Distribuția fondului de timp pe semestru:	Ore
II a) Studiul 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	14
II d) Tutoriat	-
III Examinări	3
IV Alte activități (precizați):	-

Total ore studiu individual II (a+b+c+d)	69
Total ore pe semestru (Ib+II+III+IV)	100
Numărul de credite	4

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Curriculum	<ul style="list-style-type: none"> 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 video-proiector
Desfășurare aplicații	<ul style="list-style-type: none"> Seminar Sală de seminar cu video-proiector

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>CP 1 Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării</p> <p>CP 5 Conceperea și implementarea planurilor de campanie de promovare a imaginii (unei organizații, unui produs, unei persoane), de promovare a unei idei și de responsabilitate socială;</p> <p>CP 7 Organizarea de evenimente (conferințe de presă, lansare de produse, vizite de presă, expoziții)</p>
Competențe transversale	

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

Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> • Cursul <i>Introducere în relațiile publice</i> are ca obiectiv dobândirea cunoștințelor de specialitate, conceperea și implementarea planurilor de campanie și dobândirea capacității de a organiza evenimente. (CP1, CP5, CP7)
	<ul style="list-style-type: none"> • -

8. Conținuturi

Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
<ul style="list-style-type: none"> • Definiții ale relațiilor publice (CP1, CP5, CP7) • Locul relațiilor publice în sistemul discursiv modern (publicitate, propagandă). • Tipuri de relații publice: comerciale, instituționale, politice etc. • Comunicare internă și comunicare externă 	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 	
<ul style="list-style-type: none"> • Auto-comunicarea și relațiile cu mass-media (CP1, CP5, CP7) • Mijloace de auto-comunicare în masă • Relațiile cu mass-media 	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 	
<ul style="list-style-type: none"> • Imaginea publică (CP1, CP5, CP7) • Construcția imaginii publice • Notorietate, încredere, reputație. • Criza de încredere 	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 	
<ul style="list-style-type: none"> • Redactarea materialelor de relații publice (CP1, CP5, CP7) 	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 	
<ul style="list-style-type: none"> • Opinia publică și publicurile (CP1, CP5, CP7) 	2	<ul style="list-style-type: none"> • Prelegeri pe baza suportului de curs și a bibliografiei aferente; 	

		<ul style="list-style-type: none"> • Expuneri libere cu analize pe material tipărit și audio-vizual 	
<ul style="list-style-type: none"> • Strategia de relații publice (CP1, CP5, CP7) • Planificarea, programarea, acțiunea, evaluarea 	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 	
<ul style="list-style-type: none"> • Revoluția digitală în relațiile publice (C1) • PR-ul instant • Relațiile publice și rețelele sociale online. Instrumente de PR pentru mediul online 	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 	
Bibliografie			
<p>ANDERSON, Benedict, <i>Imagined communities. Reflections on the origin and spread of nationalism</i>, Verso, 1996.</p> <p>ARONCZYK, Melissa, <i>Branding the Nation. The Global Business of National Identity</i>, Oxford University Press 2013.</p> <p>BALABAN, Delia-Cristina; RUS, Flaviu Călin (coord.), <i>PR Trend. Teorie și practică în publicitate și relații publice</i>, Editura Tritonic, București, 2007.</p> <p>BERNAYS, Edward-Louis [1923], <i>Cristalizarea opiniei publice</i>, Editura Comunicare.ro, București, 2003.</p> <p>BERNAYS, Edward, <i>Propaganda</i>, Editura Alexandria PH, Suceava, 2011.</p> <p>BERNAYS, Edward, <i>Relații publice</i>, Editura Alexandria PH, Suceava, 2014.</p> <p>BRIGGS, Asa; BURKE, Peter, <i>Mass-media. O istorie socială. De la Gutenberg la Internet</i>, Editura Polirom, Iași, 2005.</p> <p>CMECIU, Camelia, <i>Tendențe actuale în campaniile de relații publice</i>, Editura Polirom, Iași, 2013.</p> <p>COMAN, Cristina, <i>Relațiile publice. Principii și strategii</i>, Editura Polirom, Iași, 2006.</p> <p>CUTLIP, Scott M; CENTER, Allen H.; BROOM, Glen M., <i>Relații publice eficiente</i>, Editura comunicare.ro, București, 2010.</p> <p>DAGENAIS, Bernard, <i>Profesia de relaționist</i>, Editura Polirom, Iași, 2002.</p> <p>DAGENAIS, Bernard [1993], <i>Campania de relații publice</i>, trad. rom., Editura Polirom, Iași, 2003.</p> <p>DAVID, George, <i>Tehnici de relații publice: comunicarea cu mass-media</i>, Editura Polirom, Iași, 2008.</p> <p>GREGORY, Anne (coord.), <i>Relațiile publice în practică</i>, trad. rom., ALL Beck, București, 2005.</p> <p>HABERMAS, Jurgen, <i>Sfera publică și transformarea ei structurală</i>, Editura Univers, București, 1998.</p> <p>JOUE, Michèle [2000], <i>Comunicarea. Publicitate și relații publice</i>, trad. rom., Editura Polirom, Iași, 2005.</p> <p>KANEVA, Nadia, <i>Simulation nations: Nation brands and Baudrillard's theory of media</i>, SAGE Publications, European Journal of Cultural Studies, 2018, Vol. 21(5) 631–648.</p> <p>MICKEY, Thomas J., <i>Deconstructing Public Relations</i>, Lawrence Erlbaum Associates, New Jersey, London. 2003.</p> <p>NARIȚA, Ionel, <i>Introducere în relații publice</i>, Editura de Vest, Timișoara, 2010.</p> <p>NEWSOM, Doug; HAYNES, Jim, <i>Redactarea materialelor de relații publice</i>, Editura Polirom, Iași, 2011.</p> <p>NEWSOM, Doug; VanSlyke Turk, Judy; Kruckeberg, Dean [2000], <i>Totul despre relațiile publice</i>, trad. rom., Editura Polirom, Iași, 2003.</p> <p>OLIVER, Sandra, <i>Strategii de relații publice</i>, Editura Polirom, Iași, 2009.</p> <p>PHILIPS, David, YOUNG, Philip, <i>Online Public Relations</i>, Kogan Page, London and Philadelphia, 2009.</p> <p>POPESCU, Cristian-Florin, <i>Dicționar explicativ de jurnalism, relații publice și publicitate</i>, Editura Tritonic, București, 2002.</p> <p>RITZER, Goerge, <i>Mcdonaldizarea societății</i>, Editura comunicare.ro, București, 2011.</p> <p>ROGOJINARU, Angela (coord.), <i>Relații publice și publicitate. Tendențe și provocări</i>, Editura Tritonic, București, 2006.</p> <p>RUS, Flaviu Călin, <i>Introducere în știința comunicării și a relațiilor publice</i>, Editura Institutul European, Iași, 2002.</p> <p>TERRUGI PAGE, Denis, PARNELL, Lawrence J., <i>Introduction to Strategic Public Relations</i>, Digital, Global, and Socially Responsible Communication, Sage Publications, 2019.</p> <p>THOMPSON, Gareth, <i>Post-truth public relations. Communication in an era of disinformation</i>. Routledge, New York, 2020.</p> <p>SRIRAMESH, Krishnamurthy, VERCIC, Dejan (Ed. By), <i>The Global Public Relations Handbook</i>, Lawrence Erlbaum Associates, New Jersey, London, 2003.</p> <p>WILCOX, Dennis L. et alii, <i>Relații publice: strategii și tactici</i>, trad. rom., Curtea Veche Publishing, București, 2009.</p>			
Bibliografie minimală			
BERNAYS, Edward, <i>Relații publice</i> , Editura Alexandria PH, Suceava, 2014.			

NEWSOM, Doug; HAYNES, Jim, *Redactarea materialelor de relații publice*, Editura Polirom, Iași, 2011.
 NEWSOM, Doug; VanSlyke Turk, Judy; Kruckeberg, Dean [2000], *Totul despre relațiile publice*, trad. rom., Editura Polirom, Iași, 2003.
 SUCIU, Arthur, *Pierdut între medii*, Editura ProUniversitaria, 2020.

Aplicații (Seminar / laborator / lucrări practice / proiect)	Nr. ore	Metode de predare	Observații
<ul style="list-style-type: none"> Departamentul de relații publice (agenția de relații publice). Relațiile publice ca funcție a managementului și a formă de negociere socială (CP1, CP5, CP7) 	2	<ul style="list-style-type: none"> Aprofundarea și analiza elementelor, aspectelor și problemelor specifice relațiilor publice; Analize și demonstrații practice pe un portofoliu de materiale tipărite și audio-vizuale. Exerciții, lucru în echipe. 	
<ul style="list-style-type: none"> Relaționistul (CP1, CP5, CP7) 	2	<ul style="list-style-type: none"> Aprofundarea și analiza elementelor, aspectelor și problemelor specifice relațiilor publice; Analize și demonstrații practice pe un portofoliu de materiale tipărite și audio-vizuale. Exerciții, lucru în echipe. 	
<ul style="list-style-type: none"> Materiale de relații publice. Backgrounder-ul, luarea de poziție Relațiile cu mass-media. Pool-ul de presă. Conferința de presă (CP1, CP5, CP7) 	2	<ul style="list-style-type: none"> Aprofundarea și analiza elementelor, aspectelor și problemelor specifice relațiilor publice; Analize și demonstrații practice pe un portofoliu de materiale tipărite și audio-vizuale. Exerciții, lucru în echipe. 	
<ul style="list-style-type: none"> Discursul public. Conferința online, live-ul, podcast-ul (CP1, CP5, CP7) 	2	<ul style="list-style-type: none"> Aprofundarea și analiza elementelor, aspectelor și problemelor specifice relațiilor publice; Analize și demonstrații practice pe un portofoliu de materiale tipărite și audio-vizuale; Exerciții, lucru în echipe. 	
<ul style="list-style-type: none"> Instrumente de relații publice în mediul online. Site-ul oficial (blogul) (CP1, CP5, CP7) Pagina de Facebook (Twiteer, Instagram), contul de Youtube 	2	<ul style="list-style-type: none"> Aprofundarea și analiza elementelor, aspectelor și problemelor specifice relațiilor publice; Analize și demonstrații practice pe un portofoliu de materiale tipărite și audio-vizuale; Exerciții, lucru în echipe. 	
<ul style="list-style-type: none"> Mailing pentru relațiile publice. Influencerii și relațiile publice (CT2) 	2	<ul style="list-style-type: none"> Aprofundarea și analiza elementelor, aspectelor și problemelor specifice relațiilor publice; Analize și demonstrații practice pe un portofoliu de materiale tipărite și audio-vizuale; Exerciții, lucru în echipe. 	
<ul style="list-style-type: none"> Strategia de relații publice (CT1, CT2) Obiective Analiza situației SWOT și alte instrumente de măsurare Publicuri țintă Atribute Conceptul strategic și ideea creativă 	2	<ul style="list-style-type: none"> Aprofundarea și analiza elementelor, aspectelor și problemelor specifice relațiilor publice; Analize și demonstrații practice pe un portofoliu de materiale tipărite și audio-vizuale; 	

	• Exerciții, lucru în echipe.	
Bibliografie		
BERNAYS, Edward, <i>Propaganda</i> , Editura Alexandria PH, Suceava, 2011. BERNAYS, Edward, <i>Relații publice</i> , Editura Alexandria PH, Suceava, 2014. CMECIU, Camelia, <i>Tendențe actuale în campaniile de relații publice</i> , Editura Polirom, Iași, 2013. COMAN, Cristina, <i>Relațiile publice. Principii și strategii</i> , Editura Polirom, Iași, 2006. CUTLIP, Scott M; CENTER, Allen H.; BROOM, Glen M., <i>Relații publice eficiente</i> , Editura comunicare.ro, București, 2010. DAGENAIS, Bernard, <i>Profesia de relaționist</i> , Editura Polirom, Iași, 2002. 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. GREGORY, Anne (coord.), <i>Relațiile publice în practică</i> , trad. rom., ALL Beck, București, 2005. NEWSOM, Doug; HAYNES, Jim, <i>Redactarea materialelor de relații publice</i> , Editura Polirom, Iași, 2011. NEWSOM, Doug; VanSlyke Turk, Judy; Kruckeberg, Dean [2000], <i>Totul despre relațiile publice</i> , trad. rom., Editura Polirom, Iași, 2003. ROGOJINARU, Angela (coord.), <i>Relații publice și publicitate. Tendențe și provocări</i> , Editura Tritonic, București, 2006. RUS, Flaviu Călin, <i>Introducere în știința comunicării și a relațiilor publice</i> , Editura Institutul European, Iași, 2002.		
Bibliografie minimală		
BERNAYS, Edward, <i>Relații publice</i> , Editura Alexandria PH, Suceava, 2014. CMECIU, Camelia, <i>Tendențe actuale în campaniile de relații publice</i> , Editura Polirom, Iași, 2013. COMAN, Cristina, <i>Relațiile publice. Principii și strategii</i> , Editura Polirom, Iași, 2006. DAGENAIS, Bernard, <i>Profesia de relaționist</i> , Editura Polirom, Iași, 2002. DAGENAIS, Bernard [1993], <i>Campania de relații publice</i> , trad. rom., Editura Polirom, Iași, 2003. NEWSOM, Doug; HAYNES, Jim, <i>Redactarea materialelor de relații publice</i> , Editura Polirom, Iași, 2011. NEWSOM, Doug; VanSlyke Turk, Judy; Kruckeberg, Dean [2000], <i>Totul despre relațiile publice</i> , trad. rom., Editura 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 consiliere de imagine, purtător de cuvânt, specialist în comunicare inter- și intrainstituțională, mediator, strateg de campanii promoționale în domeniul PR.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Curs	<ul style="list-style-type: none"> acumularea cunoștințelor teoretice, deprinderilor și abilităților practice; asimilarea critică a informației teoretice; însușirea tehnicilor de lucru; coerența, claritatea și precizia expunerii ideilor în discurs; (CP1, CP5, CP7) 	<ul style="list-style-type: none"> observarea curentă a participării interactive a studenților; examen scris urmat de verificare orală a gradului de îndeplinire a cerințelor din lucrarea scrisă; 	50%
Seminar	<ul style="list-style-type: none"> gestionarea eficientă a rolurilor și responsabilităților profesionale; capacitatea de realizare a unui produs de relații publice; capacitatea de a lucra într-o echipă structurată ierarhic; selectarea pertinentă a exemplelor și argumentelor în prezentarea tendințelor sociale, politice și economice. (CP1, CP5, CP7) 	<ul style="list-style-type: none"> participarea activă la activitățile de seminar; verificarea pe parcurs - teste de lectură (două teste semestrial – 0,5 puncte/test din nota de la seminar); prezentarea proiectului - realizarea unei strategii de relații publice (maxim 8 puncte din nota de seminar). 	50%

Standard minim de performanță

10.1. Standard minim de performanță evaluare la curs: însușirea principalelor noțiuni, idei, teorii; cunoașterea problemelor de bază din domeniu;
 10.2. Standard minim de performanță evaluare la activitatea aplicativă: 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 aplicație
24.09.2024	<i>Arthur Suiu</i>	

Data avizării	Semnătura responsabilului de program
25.09.2024	

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament
26.09.2024	

Data aprobării în consiliul facultății	Semnătura decanului
27.09.2024	