

## 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. colab. Iuliana APETRI				
Titularul activităților de seminar	Asist univ. drd. Mădălina TOMA				
Anul de studiu	II	Semestrul	3	Tipul de evaluare	Colocviu
Regimul disciplinei	Categorica formativă a disciplinei DF - fundamentală, DD - în domeniu, DS - de specialitate, DC - complementară				DS
	Categorica de opționalitate a disciplinei: DO - obligatorie (impusă), DA - opțională (la alegere), DL - facultativă (liber aleasă)				DI

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

I. a. Număr de ore pe săptămână	3	Curs	2	Seminar	-	Laborator/ Lucrări practice	1	Proiect	-
I. b. Totalul de ore din planul de învățământ	42	Curs	28	Seminar	-	Laborator/ Lucrări practice	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	
	Laborator/Lucrări practice	● sală cu computere, flipchart și videoproiector
	Proiect	

### 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	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	Înșușirea și valorificarea conceptelor de bază din domeniu; Formarea de capacități necesare pentru elaborarea, redactarea și editarea materialelor de relații publice.
-----------------------------------	---

### 8. Conținuturi

Curs:	Nr. ore	Metode de predare	Obs
1. Calitatea, elementele și cerințele generale ale comunicării în conceperea și realizarea produselor de specialitate în relațiile publice.	4	– Prelegeri pe baza suportului de curs și a bibliografiei aferente; – Expuneri libere cu analize pe material tipărit și audio-vizual.	
2. Norme de editare și tehnoredactare în realizarea unui material de relații publice. Repere fundamentale și note creative în conceperea unui produs de relații publice. Afișul.	4		
3. Elemente de design conceptual. Structuri funcționale necesare pentru realizarea unui produs de relații publice: principii fundamentale, varietate tematică, structuri textuale și vizuale. Fluturașul.	4		
4. Calități discursive: tipologie, stil și conținut. Raporturi iconotextuale în comunicarea mesajelor către segmentele de public specifice. Cartea de vizită.	4		
5. Prezentarea, Crearea mesajului, construirea formei și a conținutului produselor specifice. Pliantul.	4		
6. Raportul text-imagine în elaborarea unui produs de relații publice. Elemente de sintaxă și semantică în argumentarea diferitelor tipuri de produs. Broșura.	4		
7. Catalogul de prezentare. 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 relationist*, 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.  
 ZAIT, Adriana, *Relații publice*, Sedcom Libris, Iași, 2004.

Aplicații (seminar/laborator.lucrări practice/proiect)	Nr. ore	Metode de predare	Obs
1. Afișul și fluturașii. Concepere și realizare.	4		
2. Cartea de vizită. Realizare.	2		
3. Slide-urile. Concepție, structură și varietate tematică specifică.	2		
4. Broșura. Concepție & layout.	2		
5. Pliantul. Concepție, tematică și realizare.	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**

10.1. Standard minim de performanță evaluare la curs

10.2. Standard minim de performanță evaluare la activitatea aplicativă

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 produsele de relații publice;</li> </ul>	Evaluare formativă: – examen oral - verificarea orală a gradului de îndeplinire a cerințelor de examinare.	50 %
Seminar			
Laborator/ Lucrări practice	<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> <li>capacitatea de argumentare a sintaxei și semanticii produselor de relații publice.</li> <li>Respectarea standardelor și a liniilor constructiv-persuasive în conceperea produselor de relații publice.</li> </ul>	– Prezentarea și argumentarea produselor de relații publice realizate pe parcursul activităților aplicative	50 %
Proiect	<ul style="list-style-type: none"> <li></li> </ul>		

Standarde minime de performanță:

**10.1. Standard minim de performanță pentru evaluare la curs**

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.

**10.2. Standard minim de performanță pentru evaluare la activitatea aplicativă**

Standarde minime pentru nota 5: conceperea și realizarea produselor de relații publice în mod documentat, corect și coerent, argumentat iconotextual, utilizând mijloacele de vizuale de construcție și vizualizare.

Standarde minime pentru nota 10: abilități, cunoștințe certe și profund argumentate; exemple analizate, comentate, argumenat; 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 activității aplicative
24 septembrie 2024	Lector dr. colab. Iuliana APETRI	Asistent univ. drd. Mădălina TOMA
Data avizării	Semnătura responsabilului de program	
25 septembrie 2024	Lector univ. dr. Petru-Ioan MARIAN-ARNAT	

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament
26 septembrie 2024	Prof. univ. dr. Claudia COSTIN

Data aprobării în Consiliul academic	Semnătura decanului
27 septembrie 2024	Prof. univ. dr. Daniela PETROȘEL