

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

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	Relații publice sectoriale				
Anul de studiu	III	Semestrul	5	Tipul de evaluare	Examen
Regimul disciplinei	Categoriza formativă a disciplinei DF - fundamentală, DS - de specializare, DC – complementară				DS
	Categoriza de opționalitate a disciplinei: DOB – obligatorie, DOP – opțională, DFA - facultativă				DOB

3. Timpul total estimat (ore alocate activităților didactice)

I a) Număr de ore pe săptămână	4	Curs	2	Seminar	2	Laborator/ Lucrări practice		Proiect	
I b) Totalul de ore pe semestru din planul de învățământ	56	Curs	28	Seminar	28	Laborator/ Lucrări practice		Proiect	

Distribuția fondului de timp pe semestru	ore
II.a) Studiu individual	67
II.b) Tutoriat (pentru ID)	
III. Examinări	2
IV. Alte activități (precizați):	

Total ore studiu individual (II.a+II.b+III)	69
Total ore pe semestru (I.b+II.a+II.b+III+IV)	125
Numărul de credite	5

4. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale/generale	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; CT3 Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii;

5. Rezultatele învățării

Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie
C.6.1. identifică principiile relațiilor publice și managementului reputației și factorii de influență asupra percepțiilor părților interesate sau asupra categoriilor de public în raport cu o organizație, cu marca (brandul) acesteia sau în raport cu o persoană; C.6.2. diferențiază între strategiile și design-urile de comunicare specifice diferitelor contexte de comunicare organizaționale sau situaționale (comunicarea în situații de risc, în situații de criză, pentru producția schimbării	A.6.1. evaluează percepția publică, participă în rețele profesionale și inițiază conversații în raport cu o persoană publică, o organizație sau o marcă (brand).	R.6.1. aplică principii și metodologii specifice domeniului pentru a realiza cercetări ale opiniei publice în raport cu un subiect, o persoană publică, o organizație, o marcă (brand); R.6.2. redactează comunicate de presă și produce alte materiale de relații publice, respectiv mesaje adaptate la specificul diferitelor canale media și platforme digitale pentru a fi utilizate în contextul comunicării unei persoane publice, organizații sau mărci (brand). R.7.1. inițiază legături cu alte persoane și colaborează cu acestea direct sau prin intermediul instrumentelor digitale;

sociale, pentru elaborarea politicilor publice, a politicilor interne etc.).	R.7.2. gestionează evidența persoanelor din rețeaua profesională proprie și rămâne informat/ă cu privire la activitățile lor;
--	---

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

Obiectivul general al disciplinei	- Cursul Relații publice sectoriale urmărește trecerea în revistă a celor mai importante domenii în care relațiile publice au o influență covârșitoare (politic, administrativ, public, privat etc.), pentru a înțelege modalitatea în care funcționează activitățile specifice de relații publice, de la întocmirea planului de campanie și până la evaluarea efectelor acestuia.
-----------------------------------	--

7. Conținutul predării și învățării

Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1-2. Relațiile publice și mass-media.	4	Prelegeri pe baza	
3-4. Relații publice în ONG-uri.	4	suportului de curs și a	
5-6. Relațiile publice în administrațiile locală și națională.	4	bibliografiei aferente;	
7-8. Relații publice politice.	4	– Expuneri libere cu analize	
9-10. Relațiile publice și activitatea de marketing.	4	pe material tipărit și audio-	
11. Relațiile publice și corporațiile.	2	vizual	
12. Relații publice în sport, turism și divertisment..	2		
13. Relații publice internaționale.	2		
14. Relații publice on-line.			

Bibliografie minimală recomandată

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

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

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

CURTIN, Patricia A; Gaither, T. Kenn, *Relații publice internaționale. Negocierea culturii, a identității și a puterii*, Editura Curtea Veche Publishing, București, 2008.

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

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

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

JOUBE, 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; CARREL, Bob [2001], *Redactarea materialelor de relații publice*, trad. rom., Editura Polirom, Iași, 2004.

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.

RUS, Flaviu Călin, *PR politic*, Editura Institutul European, Iași, 2006.

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

ȘERB, Stancu [1999], *Relații publice și comunicare*, Editura 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., Editura Curtea Veche Publishing, București, 2009.

ZAIT, Adriana, *Relații publice*, ediția a II-a, revizuită, Editura Sedcom Libris, Iași, 2004.

Aplicații (seminar / laborator / lucrări practice / proiect)	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1-2. Relații publice în organizațiile non-profit. Studii de caz.	4	– Aprofundarea și	
3-4. Relații publice politice. Studii de caz.	4	analiza elementelor,	
5-6. Relațiile publice în administrațiile locală și națională. Studii de caz.	4	aspectelor și	
7-8. Relațiile publice politice. Studii de caz.	4	problemelor specifice	
9-10. Relațiile publice interne. Studii de caz.	4	relațiilor publice	
11. Relații publice și mass-media. Studii de caz.	2	sectorale;	
12. Relații publice internaționale. Studii de caz.	2	Dezbateri interactive	
13. Relațiile publice și mass-media. Studii de caz.	2	pe studii de caz	
14. Relații publice on-line. Studii de caz.	2		

Bibliografie minimală recomandată

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

CURTIN, Patricia A; Gaither, T. Kenn, *Relații publice internaționale. Negocierea culturii, a identității și a puterii*, Editura Curtea Veche Publishing, București, 2008.

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

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

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

8. 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.	– Examen scris urmat de verificare orală a gradului de îndeplinire a cerințelor din lucrarea scrisă;	50 %
Seminar	– Capacitatea de a reține și comunica cunoștințe esențiale, de a face conexiuni interdisciplinare cu punerea în practică a cunoștințelor dobândite.	Evaluare pe parcurs: – Prezentare proiect individual – Observarea curentă a participării interactive a studenților și notare pe parcurs	50 %

Fișa disciplinei include, dacă este cazul, elemente adaptate persoanelor cu dizabilități, în funcție de tipul și gradul acestora.

Data completării	Grad didactic, nume, prenume, semnătura titularului de curs	Grad didactic, nume, prenume, semnătura titularului de aplicație
23.09.2025	Lect. univ. dr. Petru MARIAN-ARNAT	Lect. univ. dr. Petru MARIAN-ARNAT

Data avizării	Grad didactic, nume, prenume, semnătura responsabilului de program
23.09.2025	Lect. univ. dr. Petru MARIAN-ARNAT

Data avizării în departament	Grad didactic, nume, prenume, semnătura directorului de departament
23.09.2025	Prof. univ. dr. Claudia COSTIN

Data aprobării în consiliul facultății	Grad didactic, nume, prenume, semnătura decanului
26.09.2025	Prof. univ. dr. Daniela-Viorica PETROȘEL

