

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	Organizarea de evenimente				
Anul de studiu	III	Semestrul	6	Tipul de evaluare	Examen
Regimul disciplinei	Categorica formativă a disciplinei DF - fundamentală, DS - de specializare, DC – complementară				DS
	Categorica 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	44	Curs	22	Seminar	22	Laborator/ Lucrări practice		Proiect	

Distribuția fondului de timp pe semestru	ore
II.a) Studiu individual	54
II.b) Tutoriat (pentru ID)	
III. Examinări	2
IV. Alte activități (precizați):	

Total ore studiu individual (II.a+II.b+III)	56
Total ore pe semestru (I.b+II.a+II.b+III+IV)	100
Numărul de credite	4

4. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale/generale	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;

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 de design-urile de comunicare specifice diferitelor contexte de comunicare organizaționale sau situaționale (comunicarea în situații de risc, în situații de criză, pentru producția schimbărilor sociale, pentru elaborarea politicilor publice, a politicilor interne etc.).	A.2.3. adaptează mesajele la diverse situații și categorii sau segmente de public în contextul comunicării profesionale; A.5.1. aplică modele pentru luarea deciziilor etice sau raționamente morale și principiile deontologice sau normele etice care stau la baza organizării și funcționării activităților specifice domeniului științe ale comunicării și modului de organizare a profesiei în probleme din domeniul comunicării, în crearea și distribuirea conținutului pe canale media publice și private; A.6.1. evaluează percepția publică, participă în rețele profesionale și inițiază conversații în raport cu o	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.7.1. inițiază legături cu alte persoane și colaborează cu acestea direct sau prin intermediul instrumentelor digitale; R.7.2. gestionează evidența persoanelor din rețeaua profesională proprie și rămâne informat/ă cu privire la activitățile lor; R.7.4. planifică/își asumă și respectă termene strânse pentru a realiza sarcini sau proiecte profesionale; R.7.5. demonstrează sensibilitate interculturală participând în comunități și rețele diferite.

	persoană publică, o organizație sau o marcă (brand) ; A.7.2. selectează subiecte comune cu alte persoane pentru facilitarea comunicării în context profesional; A.7.3. utilizează persoanele de contact pentru obținerea de informații sau avantaje reciproce în context profesional.	
--	---	--

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

Obiectivul general al disciplinei	- Cursul <i>Organizarea evenimentelor</i> urmărește trecerea în revistă a celor mai impotente 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.
-----------------------------------	---

7. Conținutul predării și învățării

Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
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	– expuneri libere cu analize pe material tipărit și audio-vizual	
Managementul organizării evenimentelor.	4		
Planificarea bugetară și gestionarea resurselor umane în organizarea evenimentelor	4		
Marketingul evenimentelor.	4		
Scenariul și punerea în scenă a evenimentelor. Evaluarea evenimentelor prin feedback.	4		

Bibliografie minimală recomandată

Coman, Cristina, *Relațiile publice și mass-media*, Editura Polirom, Iași, 2004.
Cristina, Coman, *Relații publice: principii și strategii*, Editura Polirom, Iași, 2001.
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.
Eco, Umberto, *Apocaliptici și integrați: Comunicații de masă și teorii ale culturii de masă*, Editura Polirom, Iași, 2008.
Gregory, Anne (coord.), *Planificarea și managementul campaniilor de relații publice*, trad. rom., Editura Polirom, Iași, 2009.
Gregory, Anne (coord.), *Planificarea și managementul campaniilor de relații publice*, trad. rom., Editura Polirom, Iași, 2009.
Gregory, Anne (coord.), *Relațiile publice în practică*, trad. rom., Editura ALL Beck, București, 2005.
Iacob D., Cismaru D. M., Pricopie R., *Relațiile publice. Coeziune și eficiență prin comunicare*, Editura Comunicare.ro, București, 2011.
Oliver, Sandra [2001, 2007], *Strategii de relații publice*, trad. rom., Editura Polirom, Iași, 2009.
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.

Aplicații (seminar / laborator / lucrări practice / proiect)	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. Căutare activă de exemple de evenimente renumite și atipice naționale și internaționale. Studii de caz.	4	– aprofundarea și analiza elementelor, aspectelor și problemelor specifice	
2. Tipuri de evenimente în funcție de publicul țintă. Studii de caz.	2	managementului relațiilor publice;	
3. Managementul organizării evenimentului: stabilirea obiectivelor; conceptul creativ; stabilirea programului evenimentului; stabilirea indicatorilor de performanță. Studii de caz.	4	– dezbateri interactive pe studii de caz	
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		

Bibliografie minimală recomandată

Coman, Cristina, *Relațiile publice și mass-media*, Editura Polirom, Iași, 2004.
Coman, Cristina, *Relații publice: principii și strategii*, Editura Polirom, Iași, 2001.
Umberto, Eco, *Apocaliptici și integrați: Comunicații de masă și teorii ale culturii de masă*, Editura Polirom, Iași, 2008.
Gregory, Anne (coord.), *Planificarea și managementul campaniilor de relații publice*, trad. rom., Editura Polirom, Iași, 2009.
Gregory, Anne (coord.), *Relațiile publice în practică*, trad. rom., Editura ALL Beck, București, 2005.
Iacob, D., Cismaru, D. M., Pricopie, R., *Relațiile publice. Coeziune și eficiență prin comunicare*, 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.

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.	Evaluare formativă: – observarea curentă a participării – interacțiune a studenților – 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: – Teste, chestionare, probe practice etc.	50 %
Laborator/ Lucrări practice			
Proiect			

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	Lector univ. dr. colab. Antoniu-Alexandru Flandorfer	

Data avizării	Grad didactic, nume, prenume, semnătura responsabilului de program
23.-9.2025	Lector univ. dr. Petru-Ioan MARIAN-ARNAT

Data avizării în departament	Grad didactic, nume, prenume, semnătura directorului de departament
23.-9.2025	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

