

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	Științele comunicării
Ciclul de studii	Licență
Programul de studii	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	ELABORAREA UNUI PRODUS DE RELAȚII PUBLICE 1				
Anul de studiu	II	Semestrul	3	Tipul de evaluare	Colocviu
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	3	Curs	2	Seminar	-	Laborator/ Lucrări practice	1	Proiect	
I b) Totalul de ore pe semestru din planul de învățământ	42	Curs	28	Seminar	-	Laborator/ Lucrări practice	14	Proiect	

Distribuția fondului de timp pe semestru	ore
II.a) Studiu individual	56
II.b) Tutoriat (pentru ID)	
III. Examinări	2
IV. Alte activități (precizați):	-

Total ore studiu individual (II.a+II.b+III)	58
Total ore pe semestru (I.b+II.a+II.b+III+IV)	100
Numărul de credite	4

4. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale/generale	Utilizarea diferitelor canale de comunicare Realizarea prezentărilor publice Pregătirea materialelor de prezentare Crearea materialelor de promovare
Competențe transversale	Asumarea responsabilității

5. Rezultatele învățării

Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie
C.3.1. distinge între diferite tipuri de conținuturi și moduri de expresie (text, fotografie, audio, video) și tipuri de canale media: presa tipărită, televiziunea, radioul, cinematografia, presa online, platformele digitale, aplicațiile mobile; C.3.3. identifică tehnici de redactare sau structurarea a conținutului (narative, descriptive, expositive, argumentative sau persuasive) și principii de retorică sau compunere a mesajelor ce vizează îmbunătățirea capacității scriitorilor și vorbitorilor de a informa, convinge sau motiva publicul; C.3.4. distinge caracteristicile și funcționarea programelor software pentru sarcini de birou, cum ar fi prelucrarea textului, foi de calcul, prezentări, e-mail și baze de date, sisteme de gestiune de conținut,	A.3.1. aplică practici de producție potrivite pentru diferite tipuri de conținuturi și moduri de expresie (text, fotografie, audio, video) și tipuri de canale media: presa tipărită, televiziunea, radioul, cinematografia, presa online, platformele digitale, aplicațiile mobile;; A.3.3. aplică principii de retorică sau compunere a mesajelor ce vizează îmbunătățirea capacității scriitorilor și vorbitorilor de a informa, convinge sau motiva publicul; A.3.4. utilizează aplicații software pentru compunerea, editarea, formatarea și oricărui tip de material scris sau compunerea și editarea de materiale audiovizuale; 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.3.1. produce un conținut sau produs media în vederea difuzării/publicării pe unul sau mai multe canale sau platforme, utilizând media (text, fotografie, audio, video) separat sau în conjuncție în contextul realizării unui proiect profesional; R.3.2. redactează și editează texte originale de natură creativă, jurnalistice, promoționale, publicitare, de promovare instituțională, funcționale, tehnice sau academice.

programe destinate editării, structurării conținutului destinat publicării sau difuzării ; 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 sociale, pentru elaborarea politicilor publice, a politicilor interne etc.).		
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

6. 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.
-----------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

7. Conținutul predării și învățării

Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
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 minimală recomandată			
COMAN, Mihai (coord.), <i>Manual de jurnalism. Tehnici fundamentale de redactare</i> , Polirom, Iași, 1999.			
DAGENAIS, Bernard, <i>Campania de relații publice</i> , Polirom, Iași, 2003.			
LARSON, Charles, <i>Persuasiunea. Receptare și responsabilitate</i> , Polirom, Iași, 2003.			
MARCONI, Joe, <i>Ghid practic de relații publice</i> , Polirom, Iași, 2007.			
NEWSOM, Doug; CARELL, Bob, <i>Redactarea materialelor de relații publice</i> , Polirom, Iași, 2004.			
VEGHES Ruff, Iulian; GRIGORE, Bogdan, <i>Relațiile publice și publicitatea online</i> , Polirom, Iași, 2003.			

Aplicații (seminar / laborator / lucrări practice / proiect)	Nr. ore	Metode de predare	Observații
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 minimală recomandată			
MARCONI, Joe, <i>Ghid practic de relații publice</i> , Polirom, Iași, 2007. NEWSOM, Doug; CARELL, Bob, <i>Redactarea materialelor de relații publice</i> , Polirom, Iași, 2004. VEGHES RUFF, Iulian; GRIGORE, Bogdan, <i>Relațiile publice și publicitatea on line</i> , Polirom, Iași, 2003.			

8. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Curs	<ul style="list-style-type: none"> asimilarea critică a informației teoretice; coerența, claritatea și precizia expunerii ideilor în produsele de relații publice; 	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"> ● conceperea și realizarea în parametri tehnici și estetici a materialelor de relații publice; ● elemente de compoziție și cromatică. ● capacitatea de argumentare a sintaxei și semanticii produselor de relații publice. ● Respectarea standardelor și a liniilor constructiv-persuasive în conceperea produselor de relații publice. 	– Prezentarea și argumentarea produselor de relații publice realizate pe parcursul activităților aplicative	50 %
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 dr. APETRI Iuliana	Asistent drd. TOMA Mădălina

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