

## 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	4	Tipul de evaluare	Examen
Regimul disciplinei	Categorია formativă a disciplinei DF - fundamentală, DS - de specializare, DC – complementară				DS
	Categorია 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	-	Laborator/ Lucrări practice	2	Proiect	
I b) Totalul de ore pe semestru din planul de învățământ	44	Curs	22	Seminar	-	Laborator/ Lucrări practice	22	Proiect	

Distribuția fondului de timp pe semestru	ore
II.a) Studiu individual	79
II.b) Tutoriat (pentru ID)	
III. Examinări	2
IV. Alte activități (precizați):	-

Total ore studiu individual (II.a+II.b+III)	81
Total ore pe semestru (I.b+II.a+II.b+III+IV)	125
Numărul de credite	5

### 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, expozitive, 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	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	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.

<p>prelucrarea textului, foi de calcul, prezentări, e-mail și baze de date, sisteme de gestiune de conținut, programe destinate editării, structurării conținutului destinat publicării sau difuzării ;</p> <p>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;</p> <p>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.).</p>	<p>conversații în raport cu o persoană publică, o organizație sau o marcă (brand).</p>	
--	--	--

#### 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 audio-vizuale de relații publice.
-----------------------------------	---

#### 7. Conținutul predării și învățării

Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. Mijloacele tehnice și specificul lor în cadrul relațiilor publice. Tipologie, structură, rol și funcționalitate.	2	– Prelegeri pe baza suportului de curs și a bibliografiei afereente; – Expuneri libere cu analize pe material tipărit și audio-vizual.	
2. Necesitatea realizării unui produs audio-vizual de relații publice în cadrul noilor sisteme mediatice: principii fundamentale, conceptualizare și elemente funcționale..	2		
3. Structura, compoziția și sintaxa filmică: prezentare concepte și exemplificare specifică.	2		
4. Produse audio-vizuale de relații publice. Concepție, structură, dinamică discursivă a textului, sunetului și imaginii. Concretizarea structurilor audio-video adresate segmentelor specifice de public.	4		
5. Elaborarea produselor de relații publice audio. Rolul, important și funcționalitatea sunetului. Tipologii, ritm, volum, intensitate, timbru vocal, instrumentație.	4		
6. Elaborarea produselor de relații publice video. Comunicarea cu presa prin mijloace audio-vizuale. Elemente complexe de montaj utile în realizarea produselor de relații publice.	4		
7. Conceperea și realizarea de produse audio-vizuale de relații publice: formă, conținut, mesaj, mecanisme funcționale, elemente tehnice specifice, predeterminare, construcția semnificației.	4		
Bibliografie minimală recomandată			
BRANDL-GHERGA, Mariana, <i>Eveniment și imagine în presa scrisă</i> , Timișoara, Artpress, 2002. DAVID, George; Mircea, Dan, <i>Partea plină a paharului: o introducere în tehnicile și campaniile de relații publice</i> , Editura Lumen, Iași, 2015. JENNINGS, Marie, <i>Relațiile perfecte cu publicul</i> , Editura Național, București, 1998. MAITLAND, Ian, <i>Conferința perfectă</i> , Editura Național, București, 1998. 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. RIDGEWAY, Judith, <i>Relațiile cu media – ghid practic</i> , Editura Codecs, București, 1996. YODER, S., MILO, K., GROSS, P., NICULESCU-MAIER, Ș., <i>Introducere în relații publice</i> , NIM, București, 1998. VEGHES RUFF, Iulian, GRIGORE, Bogdan, <i>Relațiile publice și publicitatea on line</i> , Polirom. Iasi. 2003.			

Aplicații (seminar / laborator / lucrări practice / proiect)	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. Mijloacele audio-video și specificul lor în cadrul relațiilor publice. Studii de caz.	2	– Prelegeri pe baza suportului de curs și a bibliografiei aferente; – Expuneri libere cu analize pe material tipărit și audio-vizual	
2. Noile media. Studii de caz.	2		
3. Structura, compoziția și sintaxa filmică. Aplicații.	2		
4. Produse audio-vizuale de relații publice. Aplicații.	4		
5. Elaborarea produselor audio de relații publice. Aplicații.	4		
6. Elaborarea produselor video de relații publice. Aplicații.	4		
7. Crearea de produse audio-vizuale de relații publice. Aplicații.	4		
1. Mijloacele audio-video și specificul lor în cadrul relațiilor publice. Studii	6		

de caz.			
Bibliografie minimală recomandată			
NEWSOM, Doug; CARELL, Bob, <i>Redactarea materialelor de relații publice</i> , Polirom, Iași, 2004.			
RIDGEWAY, Judith, <i>Relațiile cu media – ghid practic</i> , Editura Codecs, București, 1996.			
VEGHES RUFF, Iulian; GRIGORE, Bogdan, <i>Relațiile publice și publicitatea online</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"> <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			

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	Lector dr. APETRI Iuliana

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