

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	Introducere în relațiile publice				
Anul de studiu	I	Semestrul	I	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	2	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	66
II.b) Tutoriat (pentru ID)	-
III. Examinări	3
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	CP1 Oferă consiliere în ceea ce privește relațiile publice CP4 Elaborează strategii de relații publice CP6 Dezvoltă strategii de comunicare CP15 Coordonează evenimente
Competențe transversale	CT1 Își asumă responsabilitatea

5. Rezultatele învățării

Cunoștințe	Aptitudini	Responsabilitate și autonomie
Studentul/Absolventul: 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) acestuia 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.).	Studentul/Absolventul: 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;	Studentul/Absolventul: 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.7.2. 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;

	<p>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).</p> <p>A.7.2. selectează subiecte comune cu alte persoane pentru facilitarea comunicării în context profesional;</p> <p>A.7.3. Utilizează persoanele de contact pentru obținerea de informații sau avantaje reciproce în context profesional;</p>	R.7.5.Demonstrează sensibilitate interculturală participând în comunități și rețele diferite.
--	---	---

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

Obiectivul general al disciplinei	Cursul Introducere în relațiile publice are ca obiectiv dobândirea cunoștințelor de specialitate, conceperea și implementarea planurilor de campanie și dobândirea capacității de a organiza evenimente.
-----------------------------------	--

7. Conținutul predării și învățării

Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
Definiția relațiilor publice. Istoria relațiilor publice. Relații publice, propagandă, publicitate PR-ul în era digitală	4	<ul style="list-style-type: none"> • Prelegeri pe baza suportului de curs și a bibliografiei aferente; • Expuneri libere cu analize pe material publicitar tipărit și audio-vizual 	
Publicul în mediul digital. Publicul-țintă Targetarea Microtargetarea prin rețelele de social media	4	<ul style="list-style-type: none"> • Prelegeri pe baza suportului de curs și a bibliografiei aferente; • Expuneri libere cu analize pe material publicitar tipărit și audio-vizual 	
Strategia de relații publice	4	<ul style="list-style-type: none"> • Prelegeri pe baza suportului de curs și a bibliografiei aferente; • Expuneri libere cu analize pe material publicitar tipărit și audio-vizual 	
Relația cu media. Relația cu stakeholderii Organizarea de evenimente	4	<ul style="list-style-type: none"> • Prelegeri pe baza suportului de curs și a bibliografiei aferente; • Expuneri libere cu analize pe material publicitar tipărit și audio-vizual 	
Imaginea publică. Construcția și managementul reputației în mediu digital	4	<ul style="list-style-type: none"> • Prelegeri pe baza suportului de curs și a bibliografiei aferente; • Expuneri libere cu analize pe material publicitar tipărit și audio-vizual 	
Copywriting pentru mediul digital Cum se construiesc mesajele?	4	<ul style="list-style-type: none"> • Prelegeri pe baza suportului de curs și a bibliografiei aferente; • Expuneri libere cu analize pe material publicitar tipărit și audio-vizual 	
Criza de comunicare Strategii de criză	4	<ul style="list-style-type: none"> • Prelegeri pe baza suportului de curs și a bibliografiei aferente; • Expuneri libere cu analize pe material publicitar tipărit și audio-vizual 	

Bibliografie minimală recomandată
GREGORY, A., 2020, <i>Planning and Managing public Relations Campaigns. A Strategic Approach</i> , London, Kogan Page Limited. NEWSOM, D., VanSlyke Turk, J.; Kruckeberg, D., 2003, <i>Totul despre relațiile publice</i> , Iași, Polirom. WRIGH, Donald K., 2017, <i>Tracking How Social and Other Digital Media are Being Used in Public Relations Practice: A Twelve-Year Study</i> , Public Relations Journal Vol. 11, Issue 1 (June 2017). Solis, B., Breakenridge, D., 2009, <i>Putting the Public Back in Public Relations. How Social Media Is Reinventing the Aging Bussines of PR</i> , Pearson, Educatin LTD.

Aplicații (seminar / laborator / lucrări practice / proiect)	Nr. ore	Metode de predare	Observații
Relaționistul Formarea relaționistului. Curiozitatea, deschiderea spre cultura modernă etc.	4	<ul style="list-style-type: none"> ● Expuneri libere cu analize pe material publicitar tipărit și audio-vizual ● Interacțiune cu studenții, lucrări de seminar, 	
Materiale de relații publice Backgrounder Luare de poziție	4	<ul style="list-style-type: none"> ● Expuneri libere cu analize pe material publicitar tipărit și audio-vizual ● Interacțiune cu studenții, lucrări de seminar, 	
Conferințe în mediul online	4	<ul style="list-style-type: none"> ● Expuneri libere cu analize pe material publicitar tipărit și audio-vizual ● Interacțiune cu studenții, lucrări de seminar, 	
Instrumente de relații publice	4	<ul style="list-style-type: none"> ● Expuneri libere cu analize pe material publicitar tipărit și audio-vizual ● Interacțiune cu studenții, lucrări de seminar, 	
Strategia de relații publice	4	<ul style="list-style-type: none"> ● Expuneri libere cu analize pe material publicitar tipărit și audio-vizual ● Interacțiune cu studenții, lucrări de seminar, 	
Adecvarea la publicul-țintă	4	<ul style="list-style-type: none"> ● Expuneri libere cu analize pe material publicitar tipărit și audio-vizual ● Interacțiune cu studenții, lucrări de seminar, 	
Discursul și punctajul de presă	4	<ul style="list-style-type: none"> ● Expuneri libere cu analize pe material publicitar tipărit și audio-vizual ● Interacțiune cu studenții, lucrări de seminar, 	

Bibliografie minimală recomandată
BERNAYS, Edward, 2011, <i>Propaganda</i> , Editura Alexandria PH, Suceava. GREEN, A., 2009, <i>Comunicarea eficientă în relațiile publice: crearea mesajelor și relațiilor sociale</i> , Iași, Polirom. NEWSOM, Doug; HAYNES, Jim, 2011, <i>Redactarea materialelor de relații publice</i> , Iași, Polirom. WILCOX, Dennis L. et alii, 2009, <i>Relații publice: strategii și tactici</i> , trad. rom., Curtea Veche Publishing, București, disponibilă la biblioteca USV.

8. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
----------------	----------------------	--------------------	-------------------------

Curs	<ul style="list-style-type: none"> • dobândirea cunoștințelor, aptitudinilor, responsabilității și autonomiei, așa cum sunt definite la punctul 5; • capacitatea de a utiliza limbajul teoretic, metodele și cunoștințele dobândite; • capacitatea de a scrie discursuri și de a folosi instrumentele de PR și noile tehnologii de comunicare; 	<ul style="list-style-type: none"> • observarea curentă a participării interactive a studenților; • test de lectură; • examen scris urmat de verificare orală a gradului de îndeplinire a cerințelor din lucrarea scrisă; • realizarea unui produs de relații publice; 	50%
Seminar	<ul style="list-style-type: none"> • capacitatea de a realiza, în echipă organizată ierarhic, a unei lucrări complexe, cum ar fi o strategie de publicitate; 	<ul style="list-style-type: none"> • participarea activă la activitățile de seminar • verificarea pe parcurs; • prezentarea proiectului - realizarea unei strategii de relații publice. 	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
19.09.2025	Lector univ. dr. Arthur Suciu	Asistent univ. drd. Mădălina TOMA

Data avizării	Grad didactic, nume, prenume, semnătura responsabilului de program
21.09.2025	Lector.univ. dr. Petru-Ioan 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

