

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

Instituția de învățământ superior	Universitatea „Ștefan cel Mare” din Suceava
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/calificarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	Redactarea materialelor de relații publice 2				
Titularul activităților de curs	Lector asociat dr. Antoniu Flandorfer				
Titularul activităților de seminar	Lector asociat dr. Antoniu Flandorfer				
Anul de studiu	III	Semestrul	6	Tipul de evaluare	Colocviu
Regimul disciplinei	Categorii formative a disciplinei DF - fundamentală, DD - în domeniu, DS - de specialitate, DC - complementară				DS
	Categorii de opționalitate a disciplinei: DO - obligatorie (impusă), DA - opțională (la alegere), DL - facultativă (liber aleasă)				DO

3. Timpul total estimat (ore pe semestru ale activităților didactice)

I. a. Număr de ore pe săptămână	2	Curs	1	Seminar	1	Laborator	-	Proiect	-
I. b. Totalul de ore din planul de învățământ	28	Curs	14	Seminar	14	Laborator	-	Proiect	-

Distribuția fondului de timp	Ore
II. a. Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	15
II. b. Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	13
II. c. Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	15
II. d. Tutoriat	2
III. Examinări	2
IV. Alte activități	-

Total ore studiu individual II (a+b+c+d)	45
Total ore pe semestru (I+II+III+IV)	75
Numărul de credite	3

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Curriculum	Fundamente ale relațiilor publice, Tehnici de redactare academică, Retorică și argumentare, Strategii persuasive în comunicare și RP, Elaborarea unui produs de RP cu ajutorul calculatorului
Competențe	<ul style="list-style-type: none"> comunicare scrisă și orală, realizată conform normelor profesionale, respectarea dreptului de autor, cunoașterea instrumentelor de evaluare a campaniei de comunicare

5. Condiții (acolo unde este cazul)

Desfășurare a cursului	sală de curs cu videoproiector, computer
Desfășurare aplicații	Seminar sală de seminar cu videoproiector, computere cu acces la Internet

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	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;

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

Obiectivul general al disciplinei		Cursul își propune să prezinte studenților sistemul instituțiilor consacrate comunicării cu media, organizarea biroului de presă, activitatea purtătorului de cuvânt. Obiectivele sunt de a-i familiariza pe studenți cu procedurile moderne de comunicare și a-i pregăti prin exerciții de simulare a unor situații reale pentru exercitarea activităților de comunicare cu presa și publicurile. Seminarul reprezintă un mod de a pune studenții în situații reale de comunicare cu presa și a le oferi posibilitatea de a aplica teoria.
Obiectivele specifice	Curs	<ul style="list-style-type: none"> - cunoașterea structurii clasice a unei organizații PR; - cunoașterea modului de elaboare a strategiilor de comunicare; - cunoașterea principiilor de redactare a materialelor de relații publice, a specificului diferitelor tipuri de materiale de RP destinate canalelor și categoriilor de public diferite; - cunoașterea și aplicarea principiilor de selectare, ierarhizare a informațiilor;
	Seminar	<ul style="list-style-type: none"> - alegerea și corelarea adecvată a elementelor formale și de conținut implicate în procesul de concepere a materialelor de relații publice; - conceperea, redactarea diferitelor specii de materiale de PR;

8. Conținuturi

Curs:	Nr. ore	Metode de predare	Obs
1. Sistemul mass-media; influențe asupra relațiilor publice;	2	– Prelegeri pe baza suportului de curs și a bibliografiei aferente; – Expuneri libere cu analize pe material tipărit și audio-vizual	
2. Specificul presei; valorile jurnaliștilor; relația dintre jurnaliști și specialiștii în relații publice;	2		
3. Relațiile cu presa; avantajele și dezavantajele diferitelor suporturi mediatice;	2		
4. Organizarea biroului de presă; activități specifice;	2		
5. Revista presei: utilități și provocări;	2		
6. Purtătorul de cuvânt: calități, activități, importanță;	2		
7. Comunicarea în social media.	2		

Bibliografie

BOGDAN-Dascălu, Doina, *Limbaajul publicistic actual*, Timișoara, Augusta ArtPress, 2006.
 BRANDL-GHERGA, Mariana, *Eveniment și imagine în presa scrisă*, Timișoara, Artpress, 2002.
 BRAS, Florence Le, *Secretele unui bun curriculum vitae*, București, Teora, 2005.
 COMAN, Cristina, *Relațiile publice și mass-media*, Polirom, Iași, 2000.
 COMAN, Cristina, *Relațiile publice. Principii și strategii*, Polirom, Iași, 2001.
 COMAN, Mihai (coord.), *Manual de jurnalism. Tehnici fundamentale de redactare*, Polirom, Iași, 1997, 1999.
 DAGENAIS, Bernard, *Profesia de relaționist*, Polirom, Iași, 2002.
 DAGENAIS, Bernard, *Campania de relații publice*, Polirom, Iași, 2003.
 JENNINGS, Marie, *Relațiile perfecte cu publicul*, Editura Național, București, 1998.
 LARSON, Charles, *Persuasiunea. Receptare și responsabilitate*, Polirom, Iași, 2003.
 MAITLAND, Ian, *Conferința perfectă*, Editura Național, București, 1998.
 MARCONI, Joe, *Ghid practic de relații publice*, Polirom, Iași, 2007.
 MILO, Katie și alții, *Introducere în relații publice*, București, MIM, 1998.
 NEWSOM, Doug, Carell, Bob, *Redactarea materialelor de relații publice*, Polirom, Iași, 2004.
 NEWSOM, Doug, *Totul despre relațiile publice*, Polirom, Iași, 2003.
 POP, Doru, *Introducere în teoria relațiilor publice*, Cluj-Napoca, Dacia, 2000.
 RIDGEWAY, Judith, *Relațiile cu media – ghid practic*, Editura Codecs, București, 1996.
 STANCU, Valentin și alții, *Relații publice. Succes și credibilitate*, București, Concept Publishing, 1997.
 ȘERB, Stancu, *Relații publice și comunicare*, Teora, București, 2001.
 YODER, Sharon, MILO, Katherine, GROSS, Peter, NICULESCU-MAIER Ștefan, *Introducere în relații publice*, NIM, București, 1998.
 VEGHES RUFF, Iulian, Grigore, Bogdan, *Relațiile publice și publicitatea on line*, Polirom, Iași, 2003.
 ZAIȚ, Adriana, *Relații publice*, Sedcom Libris, Iași, 2004.

Aplicații (seminar/laborator)	Nr. ore	Metode de predare	Obs
Social media în comunicarea organizațională.	2	– Aprofundarea și analiza elementelor, aspectelor și problemelor	
Tehnici și instrumente specifice de RP. Strategii de comunicare online.	2		
Brand și identitate vizuală în mediul online.	2		
Studii de caz campanii și website-uri de succes.	2		
Crearea și administrarea unei campanii de PR pentru social-media.	2		



Branding yourself. Crearea și administrarea unor conturi personale în diverse social media.	2	specifice relațiilor	
Eficiența comunicării online. Monitorizarea traficului	2	publice; – Dezbateri interactive pe studii de caz	
Bibliografie			
COMAN, Mihai (coord.), <i>Manual de jurnalism. Tehnici fundamentale de redactare</i> , Polirom, Iași, 1997, 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 on line</i> , Polirom, Iași, 2003.			

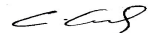
9. **Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului**

– Tematica selectată pentru prelegeri și aprofundare prin studiu individual va permite absolventului să presteze activități de tehnician al comunicării în domeniul PR.

10. **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 discurs; 	Evaluare formativă: – observarea curentă a participării interactive a studenților	50 %
Seminar	<ul style="list-style-type: none"> portofoliu de lucrări realizat după criterii profesionale; 	– Teste, chestionare, probe practice etc.	50 %
Standard minim de performanță:			
Standarde minime pentru nota 5: însusirea principalelor noțiuni, idei, teorii; cunoașterea problemelor de bază din domeniu; Standarde minime pentru nota 10: abilitati, cunostinte certe și profund argumentate; exemple analizate, comentate; mod personal de abordare și interpretare; capacitatea de a contextualiza cerințele subiectelor de examen și parcurgerea bibliografiei minimale recomandate; redactarea materialelor de RP adaptate diferitelor tipuri de mass-media și de public, respectând corectitudinea lexico-gramaticală, claritatea și coerența exprimărilor; cunoașterea trăsăturilor definitorii ale diferitelor tipuri de materiale de relații publice.			

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar
20 septembrie 2019		

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament
26.09.2019	

Data aprobării în Consiliul academic	Semnătura decanului
27.09.2019	