

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	Media digitală

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	Introducere în relațiile publice				
Anul de studiu	II	Semestrul	3	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	2	Curs	1	Seminar	1	Laborator/ Lucrări practice		Proiect	
I b) Totalul de ore pe semestru din planul de învățământ	28	Curs	14	Seminar	14	Laborator/ Lucrări practice		Proiect	

Distribuția fondului de timp pe semestru	ore
II.a) Studiu individual	55
II.b) Tutoriat (pentru ID)	-
III. Examinări	3
IV. Alte activități (precizați): pregătire seminarii	14

Total ore studiu individual (II.a+II.b+III)	69
Total ore pe semestru (I.b+II.a+II.b+III+IV)	100
Numărul de credite	4

4. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale/generale	CP1 Dezvoltă strategii de comunicare și utilizează tehnici de comunicare; CP2 Dezvoltă planul pentru comunitatea online; CP3 Conștientizează dimensiunea interculturală; CP7 Transpune conceptele cerințelor de conținut;
Competențe transversale	

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.d 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. PR-ul în era digitală	2	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. Targetarea	2	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	2	Prelegeri pe baza suportului de curs și a bibliografiei aferente; Expuneri libere cu analize pe material publicitar tipărit și audio-vizual	
Relația cu media. Organizarea de evenimente. Conferința de presă	2	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 mediul digital	2	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. Adaptarea discursului la mediul de comunicare	2	Prelegeri pe baza suportului de curs și a bibliografiei aferente; Expuneri libere cu analize pe material publicitar tipărit și audio-vizual	
Criza de comunicare	2	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, disponibil pe Google Classroom. NEWSOM, D., VanSlyke Turk, J.; Kruckeberg, D., 2003, <i>Totul despre relațiile publice</i> , Iași, Polirom, disponibil la biblioteca USV, cota: III 18523 . 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).disponibil pe Google Classroom. 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, disponibil pe Google Classroom.			

Aplicații (seminar / laborator / lucrări practice / proiect)	Nr. ore	Metode de predare	Observații
Relaționistul. Comunicarea în echipă. Relaționistul și relația cu managerul	2	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	2	Expuneri libere cu analize pe material publicitar tipărit și audio-vizual Interacțiune cu studenții, lucrări de seminar,	
Conferințe în mediul online	2	Expuneri libere cu analize pe material publicitar tipărit și audio-vizual Interacțiune cu studenții, lucrări de seminar,	
Instrumente de relații publice	2	Expuneri libere cu analize pe material publicitar tipărit și audio-vizual Interacțiune cu studenții, lucrări de seminar,	
Strategia de relații publice	2	Expuneri libere cu analize pe material publicitar tipărit și audio-vizual Interacțiune cu studenții, lucrări de seminar,	
Strategia de relații publice	2	Expuneri libere cu analize pe material publicitar tipărit și audio-vizual Interacțiune cu studenții, lucrări de seminar,	
Publicuri țintă	2	Expuneri libere cu analize pe material publicitar tipărit și audio-vizual Interacțiune cu studenții, lucrări de seminar,	
Discursul și punctajul de presă	2	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, urmează donație către biblioteca USV, disponibil pe Google Classroom.			

GREEN, A., 2009, Comunicarea eficientă în relațiile publice: crearea mesajelor și relațiilor sociale, Iași, Polirom, disponibil pe Google Classroom.

NEWSOM, Doug; HAYNES, Jim, 2011, *Redactarea materialelor de relații publice*, Iași, Polirom, [disponibil la biblioteca USV, cota: III 18536](#).

WILCOX, Dennis L. et alii, 2009, *Relații publice: strategii și tactici*, trad. rom., Curtea Veche Publishing, București, disponibilă la biblioteca US, disponibil pe Google Classroom.

8. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Curs	<p>Participarea activă la discuții și capacitatea de a explica principiile PR și managementului reputației și influența părților interesate asupra categoriilor de public (C.6.1.)</p> <p>Analiza comparativă a strategiilor de comunicare (criză, risc, schimbare socială) (C.6.2.)</p> <p>Argumentarea etică în situații de comunicare (dezbateri pe dileme etice) (A.5.1.)</p> <p>Identificarea factorilor de influență asupra percepțiilor publicului (A.6.1.)</p>	<p>observarea curentă a participării interactive a studenților;</p> <p>test de lectură;</p> <p>examen scris urmat de verificare orală a gradului de îndeplinire a cerințelor din lucrarea scrisă;</p> <p>realizarea unui produs de relații publice;</p>	50%
Seminar	<p>Prezentări individuale sau în grup pe teme de PR, adaptate la diverse segmente de public (A.2.3.)</p> <p>Elaborarea unui plan de comunicare și redactarea unui comunicat de presă (R.6.2.)</p> <p>Simularea unei conferințe de presă/ exercițiu de redactare pentru platforme digitale (R.6.2.)</p> <p>Realizarea unei cercetări de opinie publică (mini-proiect (R.6.1.)</p> <p>Exerciții de networking și colaborare (selectarea subiectelor comune, utilizarea contactelor) (A.7.2., A.7.3., R.7.2.)</p> <p>Planificarea și respectarea termenelor pentru proiecte de seminar (R.7.4.)</p> <p>Analiza și prezentarea diferențelor interculturale în comunicare (R.7.5.)</p>	<p>participarea activă la activitățile de seminar</p> <p>verificarea pe parcurs;</p> <p>prezentarea la timp a proiectelor;</p>	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	Conf.univ. dr. Evelina Mezalina GRAUR	
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	