



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea “Alexandru Ioan Cuza” din Iași
1.2 Facultatea	Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor
1.3 Departamentul	MMAA
1.4 Domeniul de studii	Administrarea afacerilor
1.5 Ciclul de studii	Master
1.6 Programul de studii / Calificarea	Management turistic și hotelier

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Promovare si Relatii Publice						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf.Dr. Nicoleta Dospinescu						
2.3 Titularul activităților de seminar	Conf. Dr. Nicoleta Dospinescu						
2.4 An de studiu	2	2.5 Semestru	2	2.6 Tip de evaluare	EVP	2.7 Regimul disciplinei	Op

* OB – Obligatoriu / OP – Opțional

3. Timpul total estimat (ore pe semestru și activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	din care: curs	2	seminar/laborator	1
3.2 Total ore din planul de învățământ	42	din care: curs	28	seminar/laborator	14
3.3 Distribuția fondului de timp					ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și altele					25
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					29
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					38
Tutoriat					8
Examinări					8
Alte activități (prezentări)					
3.4 Total ore studiu individual					108
3.5 Total ore pe semestru					150
3.6 Număr de credite					7

4. Precondiții (dacă este cazul)

4.1 De curriculum	Management, Marketing, Managementul resurselor umane
4.2 De competențe	-

5. Condiții (dacă este cazul)

5.1 De desfășurare a cursului	✓ Pentru derularea în bune condiții a cursului, respectul și comportamentul etic și civilizat față de profesor și colegi sunt absolut necesare . ✓ Studentul poate vizualiza și înregistra cursul pentru a-l utiliza doar
-------------------------------	---





	în interes propriu, nu și pentru a-l distribui. Orice încălcare a acestei precizări intră sub incidența legii copyright-ului. ✓ Studentul trebuie să își asigure conexiunea la internet pe tot parcursul semestrului. De asemenea, trebuie să dețină laptop sau computer personal care permite conectarea pe platforma Teams sau Moodle. ✓ Studentul are misiunea de a fi conectat atât vizual cât și auditiv la momentul derulării cursului, pe tot parcursul semestrului. ✓ On-line: Profesorul și studenții au nevoie de conexiune la internet și de computer care permit utilizarea platformelor de predare și evaluare ale FEAA ✓ On-site: video-proiector și laptop în sala de clasă
5.2 De desfășurare a seminarului/laboratorului	✓ * Studenții au misiunea să se implice în realizarea tuturor activităților de seminar, individual sau în echipă, în funcție de cerințele profesorului. ✓ Studentul poate vizualiza și înregistra seminarul pentru a-l utiliza doar în interes propriu, nu și pentru a-l distribui. Orice încălcare a acestei precizări intră sub incidența legii copyright-ului. ✓ Studentul trebuie să își asigure conexiunea la internet pe tot parcursul semestrului. De asemenea, trebuie să dețină laptop sau computer personal care permite conectarea pe platforma Teams sau Moodle. ✓ Studentul are obligația de a fi conectat atât vizual cât și auditiv la momentul derulării seminarului, pe tot parcursul semestrului. ✓ On-line: Profesorul și studenții au nevoie de conexiune la internet și de computer care permite utilizarea platformelor de predare și evaluare ale FEAA ✓ On-site: video-proiector și laptop în sala de clasă

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	C1. <u>competențe cognitive (cunoștințe)</u> – însușirea instrumentelor, tehnicilor și metodelor de relații publice utilizate în cadrul organizației. Acumularea de cunoștințe privind publicitatea, tehnicile de storytelling și canale media. Asimilarea informațiilor privind mixul de promovare al unei organizații din domeniul turistic. C2. <u>competențe funcționale</u> - exersarea tehnicilor de argumentație și a discursului persuasiv, a tehnicilor de storytelling; a tehnicilor de Relații Publice utile unei organizații turistice pentru generarea de vizibilitate, încredere și managerierea relațiilor cu stakeholderii. C3. <u>competențe personale</u> - abilități de comunicare scrisă, verbală, paraverbală și nonverbală; rafinarea abilităților necesare exersării mixului de comunicare (promovare) în afaceri; alte abilități de gândire creativă și speculativă utile în exercițiul promovării organizaționale;
--------------------------------	---





Competențe transversale	CT1. competențe generale - persuasiune, argumentație, spontaneitate, gândire critică, onestitate, integritate, flexibilitate.
-------------------------	--

7. Obiectivele disciplinei (din grila competențelor specifice acumulate)

7.1. Obiectivul general	Cunoasterea si utilizarea tehnicilor si instrumentelor de Relații Publice și cele privind mix-ul de promovare.
7.2. Obiectivele specifice	La finalizarea cu succes a acestei discipline, studenții vor fi capabili: ▪ să cunoască mixul de promovare utilizat în comunicarea din domeniul turistic. ▪ să cunoască și să utilizeze instrumentele comunicării scrise specifice domeniului de business ▪ să realizeze o argumentatie plauzibilă ▪ să cunoască și să creeze un discurs motivational necesar in promovarea vanzarilor din domeniul turistic ▪ să exerseze tehnici utile în domeniul publicitar ▪ să cunoască și să utilizeze tehnicile și instrumentele de Relații Publice în domeniul turistic ▪ să înțeleagă care sunt facilitățile de promovare ale brandurilor turistice în mediul online.

8. Conținut

8.1	Curs	Metode de predare	Observații (ore)
1.	Introducere în domeniul promovării turistice De ce au nevoie brandurile turistice? Care sunt componentele mixului de promovare? Diferențe între Publicitate și Relații Publice Posturi în COR pe sfera promovării și relațiilor publice	- Expunere - Dezbateri	2h
2.	Publicitatea în turism. Mesajul publicitar – alegerea axului Creația artistică	- Expunere - Conversația euristică - Dezbateri	2h
3.	Discursul motivational în practica de promovare a vânzărilor produselor turistice	- Expunere - Conversația euristică - Dezbateri	2h
4.	Tehnici persuasive utilizare în promovarea brandurilor turistice	- Expunere - Conversația euristică - Dezbateri	2h





5.	Relatiile Publice. Instrumente și tehnici	- Expunere - Conversația euristică - Dezbateri	2h
6.	Relatiile publice cu presa Comunicatul de presa	- Expunere - Conversația euristică - Dezbateri	2h
7.	Relatiile publice cu presa. Conferinta de presa	- Expunere - Conversația euristică - Dezbateri	2h
8.	Planificarea și organizarea evenimentelor în turism . Utilitate. Structură. Evaluare	- Expunere - Conversația euristică - Dezbateri	2h
9.	Campaniile proactive și de responsabilitate socială destinate susținerii unui brand turistic.	- Expunere - Conversația euristică - Dezbateri	2h
10.	Social Media, tehnicile și instrumentele de promovare ale brandurilor turistice.	- Expunere - Conversația euristică - Dezbateri	2h
11.	Influencerii și Endorserii. You-Tube	- Expunere - Conversația euristică - Dezbateri	2h
12.	Bloguri de turism.	- Expunere - Dezbateri	2h

Bibliografie

1. Oprea Dumitru, Mesnita Gabriela, Alexa Marius, „Managementul evenimentelor personale, organizationale, internationale”, Editura Polirom, Iasi, 2016
2. Oliver Sandra, „Strategii de relații publice”, Editura Polirom, Iași, 2009
3. Dospinescu Nicoleta, „Relații publice, comunicare media și managementul reputației”, Editia a II-a revizuita si adăugită, Editura Tehnopress, Iași, 2014
4. PetrLe-Huerou – Marketingul turismului, C.H. Beck, 2011
5. Balaban Delia Cristina, „Publicitatea- de la planificarea strategica la implementarea media”, Editura Polirom, Iași, 2021





8.2	Seminar / Laborator	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
1.	Introducere. Cerințe seminar. Proiect. Cunoaștere	Discutii	2 ore
2.	Storytelling și utilitatea sa în crearea scenariilor spoturilor publicitare	Sarcină de lucru în echipă pe o temă dată. Dezbateri pe studiu de caz	2 ore
3.	Discursul motivațional în practica de promovare a vânzărilor în turism.	Sarcină de lucru în echipă pe o temă dată. Dezbateri pe studiu de caz	2 ore
4.	Creare de Eveniment necesar susținerii unui brand turistic	Sarcină de lucru în echipă	2 ore
5.	Dezbateri	Dezbateri	2 oră
6.	Comunicarea scrisă și relațiile cu presa.	Sarcină de lucru în echipă	2 oră

Bibliografie:

6. Oliver Sandra, „Strategii de relații publice”, Editura Polirom, Iași, 2009
7. Dospinescu Nicoleta, „Relații publice, comunicare media și managementul reputației”, Editia a II-a revizuita și adăugită, Editura Tehnopress, Iași, 2014
8. Balaban Delia Cristina, „Publicitatea- de la planificarea strategică la implementarea media”, Editura Polirom, Iași, 2021

9. Coroborarea conținutului disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității, asociațiilor profesionale și angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului

Competențele de comunicare/ promovare etice sunt esențiale în asigurarea recunoașterii unei afaceri deoarece contribuie la consolidarea încrederii tuturor stakeholderilor.



**10. Evaluare**

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere în nota finală (%)
10.4 Curs	Participare activă la curs; Însușirea cunoștințelor de specialitate. Implicare în aplicațiile propuse	2 * Quiz = (2*5% = 10%) Examen sesiune (30%)	40%
10.5 Seminar/ Laborator	Realizarea și predarea întregului portofoliu de activități Aplicarea cunoștințelor de specialitate Participare activă	Proiect în echipă Studii de caz. Joc de rol. Dezbateri	60%

10.6 Standard minim de performanță:

Nota curs = 5.00

și

Nota finală (40% curs + 60% seminar) + Bonus curs* = minim 5.00.

Condiții& criterii de promovare a disciplinei:

Nota finală = 40% Curs + 60% Seminar + Bonus* (opțional, maxim 1 punct) = minim 5.00

Nota seminar = 30% (Dezbateri + Aplicații practice) +30% Cercetare de echipă

Proiect în echipă

- Proiectul va fi realizat în echipe de 2 persoane
- Proiectul cu portofoliul de activități va fi predat (scris) conform calendarului anunțat de profesor la ore

*Profesorul de la curs poate acorda opțional maxim 1 punct la nota finală pentru participările la activitățile pe tematica disciplinei desfășurate în clasă (dovedite prin listele de prezență).

Data completării

20.09.2021

Titular de curs

Conf.univ.dr.

Nicoleta DOSPINESCU

Titular de seminar

Conf.univ.dr.

Nicoleta Dospinescu

Aprobat,

Șef departament,

Prof.univ.dr.Andrei NEȘTIAN

