

**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	Management, Marketing și Administrarea Afacerilor
1.4 Domeniul de studii	Marketing
1.5 Ciclul de studii	Master
1.6 Programul de studii / Calificarea	Marketing și Comunicare în Afaceri

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	RELAȚII PUBLICE						
2.2 Titularul activităților de curs	Prof.dr. Zaiț Adriana						
2.3 Titularul activităților de seminar	Specialist Dr. Știr Mihaela						
2.4 An de studiu	1	2.5 Semestru	1	2.6 Tip de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	OB

* OB – Obligatoriu / OP – Opțional

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care: curs	2	seminar/laborator	2
3.2 Total ore din planul de învățământ	48	din care: curs	24	seminar/laborator	24
3.3 Distribuția fondului de timp					ore
Studii după manual, suport de curs, bibliografie și altele					36
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					30
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					35
Tutoriat					8
Examinări					6
Alte activități.....					
3.4 Total ore studiu individual					116
3.5 Total ore pe semestru					174
3.6 Număr de credite					6

4. Precondiții (dacă este cazul)

4.1 De curriculum	Nu este cazul
4.2 De competențe	Nu este cazul

5. Condiții (dacă este cazul)

5.1 De desfășurare a cursului	Online/Sală curs dotată cu videoproiector și tablă
5.2 De desfășurare a seminarului/laboratorului	Online/Sală seminar dotată cu videoproiector și tablă





6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	C1: Cunoașterea aprofundată a metodelor și tehnicilor de relații publice, utilizarea limbajului de specialitate specific și înțelegerea interconexiunilor complexe dintre imaginea corporată și activitățile de comunicare de marketing, relații publice și comunicare managerială de criză C2: Utilizarea într-o manieră integratoare a cunoștințelor de specialitate din domeniul RP pentru eficientizarea activității de comunicare la diferite niveluri de organizare C3: Reflecția critică și constructivă asupra variantelor de aplicare/implementare a tehnicilor și practicilor de relații publice în diferite tipuri de companii profit și non-profit C4: Selectarea și utilizarea metodelor de cercetare cantitative și calitative în elaborarea de proiecte profesionale și de cercetare în domeniul relațiilor publice
Competențe transversale	CT1: Îndeplinirea eficientă și responsabilă a atribuțiilor managementului activității de relații publice, respectând etica și deontologia profesională CT2: Capacitatea de a conduce eficient echipe de lucru pluridisciplinare și specializate, asumând responsabilitatea asociată CT3: Capacitatea de autoevaluare a performanțelor și nevoilor de dezvoltare profesională, concomitent cu identificarea și exploatarea oportunităților de formare continuă

7. Obiectivele disciplinei (din grila competențelor specifice acumulate)

7.1. Obiectivul general	Dobândirea cunoștințelor teoretice și abilităților practice pentru viitori specialiști capabili să gestioneze probleme curente și de perspectivă ale relațiilor publice, managementului imaginii și comunicării de criză, în companii de stat și private, profit și non-profit, din România și alte state.
7.2. Obiectivele specifice	La finalizarea cu succes a acestei discipline, studenții vor fi capabili să: <ul style="list-style-type: none">- creeze documente/materiale de RP - comunicat, dosar de presa, invitații, discurs, broșură de companie etc.- redacteze un dosar de presă și organizeze o conferință de presă,- schițeze o strategie de comunicare în perioade de criză, inclusiv gestionarea relațiilor cu jurnaliștii, interviul de RP- conceapă, lanseze și evalueze o campanie de RP, în funcție de metricuri specifice

8. Conținut

8.1	Curs (total 12 cursuri – an terminal)	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
1.	Concepte (imagine, identitate, reputație, notorietate etc.), definiții, caracteristici ale RP și integrare în strategia de comunicare a unei companii 1h; Categoriile de ținte/publicuri vizate 1h.	Curs interactiv, pe baza suportului de curs disponibil pe portal : expunere, conversație, dezbatere, sinteză	2h – toate cele menționate
2.	Etape, tehnici, mijloace și evenimente de RP; 2h Informații interne și publice, zvonuri; culegerea informațiilor și validare; 1h	Curs interactiv, pe baza suportului de curs disponibil pe portal : expunere, conversație, dezbatere, sinteză	3h– toate cele menționate





3.	Tipuri de mesaje de relatii publice; 2h Comunicatul, dosarul, conferinta, voiajul de presa; 2h	Curs interactiv, pe baza suportului de curs disponibil pe portal : expunere, conversație, dezbateri, sinteză	4h– toate cele menționate
4.	Interviul de RP; 2h Strategii de relationare cu presa; 2h	Curs interactiv, pe baza suportului de curs disponibil pe portal : expunere, conversație, dezbateri, sinteză	4h– toate cele menționate
5.	Conceperea, lansarea si evaluarea eficientei unei campanii de RP; 4h	Curs interactiv, pe baza suportului de curs disponibil pe portal : expunere, conversație, dezbateri, sinteză	4h– toate cele menționate
6.	Strategii de comunicare in perioade de criza; 4h	Curs interactiv, pe baza suportului de curs disponibil pe portal : expunere, conversație, dezbateri, sinteză	4h– toate cele menționate
7.	Lobby; 1h Sistemul de management al imaginii companiei; 1h Masurarea imaginii unei companii – construcție si scale ; 1h	Curs interactiv, pe baza suportului de curs disponibil pe portal : expunere, conversație, dezbateri, sinteză	3h – toate cele menționate

Bibliografie**Referințe principale:**

1. Suport portal
2. Adriana Zait - Relatii publice, Editura SedcomLibris, Iasi, 2004;
3. Bernard Dagenais - Campania de relatii publice, Editura Polirom, Iasi, 2003;
4. Doug Newsom, Bob Carrell - Redactarea materialelor de relatii publice, Polirom, Iasi, 2004;

Referințe suplimentare:

Articole recente - vor fi oferite pe perioada derulării cursului, pe Teams și prin intermediul portalului FEAA.

8.2	Seminar / Laborator	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
1.	Comunicarea componentelor evaluării, a modului de desfășurare a activității de seminar și repartizarea temelor de proiect	Conversația	1 oră
2.	Aplicații, eseuri, dezbateri, studii de caz și proiecte pe fiecare din temele de la curs	Dezbateri interactive, conversația, reflecția personală, susținere de proiecte	22 h
3..	Comunicarea și definitivarea rezultatelor obținute la evaluarea pe parcursul semestrului	Conversația	1 oră



**Bibliografie**

- I. Referințe de la curs
 1. Adriana Zait - Relatii publice, Editura SedcomLibris, Iasi, 2004;
 2. Bernard Dagenais - Campania de relatii publice, Editura Polirom, Iasi, 2003;
 3. Doug Newsom, Bob Carrell - Redactarea materialelor de relatii publice, Polirom, Iasi, 2004;
 4. Cristina Coman - Relatiile publice si mass media, Polirom, 2000, respectiv Relatiile publice.Principii si strategii, Polirom, 2001.
- II. Articole recente, extrase din presă, studii de caz online etc. – la fiecare seminar

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

Conținutul disciplinei a fost conceput prin consultarea cu reprezentanți ai instituțiilor de specialitate din domeniul relațiilor publice. Acesta reflectă și opinii ale absolvenților sau actualilor studenți, exprimate în cadrul orelor de curs și seminar sau prin fișele anuale de evaluare.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere în nota finală (%)
10.4 Curs	Nota obținută la lucrarea scrisă	Test parcurs (20%) + Examen (40%)	60%
10.5 Seminar/ Laborator	Evaluarea proiectelor realizate participării active la dezbateri	Proiect și Participare la dezbateri (detalii la primele două seminarii)	40%
10.6 Standard minim de performanță:			
Obținerea unei note de minim 5.00 la examenul final și a mediei finale de minim 5.00 (evaluare pe parcurs 60% și examen 40%).			

Data completării
27.09.2021

Titular de curs
Prof.dr. Adriana Zaiț

Titular de seminar
Dr. Mihaela Știr

Data avizării
28.09.2021

Director de departament
Prof.dr. Andrei Ștefan Neșțian

