

# FIȘA DISCIPLINEI

## 1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	<i>Universitatea „Petre Andrei” din Iași</i>
1.2 Facultatea	<i>Economie</i>
1.3 Departamentul	<i>Științe Economice</i>
1.4 Domeniul de studii	<i>Marketing</i>
1.5 Ciclul de studii	<i>Licență</i>
1.6 Programul de studii / Calificarea	<i>Marketing</i>

## 2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	<i>Comunicare și relații publice</i>				
2.2 Titularul activităților de curs	<i>Lect. univ. dr. CONDUR Georgeta</i>				
2.3 Titularul activităților de seminar	<i>Lect. univ. dr. CONDUR Georgeta</i>				
2.4 Anul de studiu	<b>III</b>	2.5 Semestrul	<b>V</b>	2.6 Tipul de evaluare	<b>COL.</b>
2.7 Regimul disciplinei					<b>OB.</b>

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	<b>3</b>	din care: 3.2 curs	<b>1</b>	3.3 seminar / laborator	<b>2</b>
3.4 Total ore din planul de învățământ	<b>42</b>	din care: 3.5 curs	<b>14</b>	3.6 seminar / laborator	<b>28</b>
3.7 Distribuția fondului de timp					ore
Participare la orele de curs și seminar					<b>42</b>
Studiul după manual / suport de curs, bibliografie și notițe					24
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					16
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					14
Tutoriat					2
Examinări					2
Alte activități					-
3.8 Total ore studiu individual					<b>58</b>
3.9 Total ore pe semestru					<b>100</b>
3.10 Numărul de credite					<b>4</b>

## 4. Precondiții (dacă este cazul)

4.1 De curriculum	
4.2 De competențe	

## 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Prelegerile se desfășoară fizic și online
5.2. de desfășurare a seminarului	Prelegerile se desfășoară fizic, în sistem clasic utilizându-se bibliografia aferentă, precum și o documentare anterioară din suportul de curs pentru cursul prezentat și online, folosindu-se fișiere de lucru elaborate în Word, Excel sau PowerPoint

## 6. Competențele specifice acumulate

<b>Competențe profesionale</b>	<b>C1.1</b> Definierea conceptelor, metodelor, tehnicilor și a instrumentelor de marketing <b>C5.3</b> Aplicarea tehnicilor de vânzare și a instrumentelor specifice de comunicare
--------------------------------	---

<b>Competențe transversale</b>	<p><b>CT1</b> Aplicarea principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în cadrul propriei strategii de muncă riguroasă, eficientă și responsabilă</p> <p><b>CT2</b> Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei</p>
--------------------------------	---

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Familiarizarea cu principalele noțiuni privind comunicarea și relațiile publice, formarea și dezvoltarea deprinderilor necesare utilizării principiilor, normelor și tehnicilor eficiente de comunicare, folosite în context intercultural, prin dezvoltarea competențelor specifice (discursive, strategice, socio-culturale etc.); dezvoltarea abilităților de a aplica aceste cunoștințe dobândite în contexte reale de comunicare.
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Familiarizarea cu principalele concepte, teorii și metode utilizate în campaniile de comunicare și în relațiile publice.</li> <li>• Înțelegerea complexității problemei comunicării internaționale și interculturale.</li> <li>• Dobândirea unor abilități practice și de analiză critică a teoriilor și practicilor de comunicare.</li> <li>• Formarea deprinderilor de proiectare, structurare și aplicare a planului unei campanii de comunicare.</li> <li>• Învățarea și dezvoltarea negocierii și comunicării între indivizi, grupuri sau comunități.</li> <li>• Redactarea unor proiecte practice de comunicare în contextul unor situații de criză.</li> </ul>

### 8. Conținuturi

<b>8. 1 Curs (teme, număr de ore, bibliografie) – 14 ore</b>	Metode de predare
<p><b>1. Comunicarea, introducere și noțiuni generale - 2 ore</b></p> <p>1.1. Comunicarea - definiții, dicționar de termeni, modele ale comunicării – 1 oră</p> <p>1.2. Tipuri de comunicare, comunicarea verbală și non-verbală – 1 oră</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• prelegere;</li> <li>• exemple;</li> <li>• dezbateri și problematizare</li> </ul>
<p><b>2. Relațiile publice - 2 ore</b></p> <p>2.1. Definirea domeniului, originea și evoluția relațiilor publice - 1 oră</p> <p>2.2. Tipuri de relații publice, obiective, asemănări și deosebiri între PR și advertising - 1 oră</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• prelegere;</li> <li>• schematizare;</li> <li>• exemple;</li> <li>• dezbateri și problematizare</li> </ul>
<p><b>3. Campania de comunicare - 5 ore</b></p> <p>3.1. Cine comunică (analiza SWOT) – 1 oră</p> <p>3.2. Cui comunicăm (modele de segmentare a pieței) – 1 oră</p> <p>3.3. Cum comunicăm (mijloace de comunicare) – 1 oră</p> <p>3.4. Când și unde comunicăm – 1 oră</p> <p>3.5. Ce comunicăm (oferta, construcția mesajului) – 1 oră</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• prelegere;</li> <li>• analiză de text;</li> <li>• schematizare;</li> <li>• exemplificare multimedia;</li> </ul>
<p><b>4. Comunicarea de criză – tipologie, strategii și exemple - 5 ore</b></p> <p>6.1. Tipologia crizelor - 1 oră</p> <p>6.2. Strategii ale comunicării de criză – 1 oră</p> <p>6.2. Relația cu presa în situații de criză – 1 oră</p> <p>6.3. Exemple de gestionare a crizelor – 2 ore - online</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• prelegere;</li> <li>• schematizare;</li> <li>• exemplificare multimedia;</li> <li>• dezbateri și problematizare</li> </ul>
<p><b>Bibliografie:</b></p> <p>1. <b>Condur, Georgeta, Comunicare și relații publice</b> – suport de curs, 2023</p> <p>2. <b>Condur, Georgeta, Comunicare politică: Mijloace și sisteme</b>, Editura Fundației Academice AXIS,</p>	

Iași, 2009	
3. <b>Mucchielli, Alex</b> , <i>Arta de a comunica. Metode, forme și psihologia situațiilor de comunicare</i> (ediția a II-a), Editura Polirom, Iași, 2015	
4. <b>Newsom, Doug; VanSlyke Turk, Judy; Kruckeberg, Dean</b> , <i>Totul despre relațiile publice</i> , Polirom, Iași, 2003	
5. <b>Newsom, Doug; Carrell, Bob</b> , <i>Redactarea materialelor de relații publice</i> , Polirom, Iași, 2004	
6. <b>Pânișoară, Ion-Ovidiu</b> , <i>Comunicarea eficientă. Metode de interacțiune educațională</i> (ediția a IV-a revăzută și adăugită), Editura Polirom, Iași, 2015	
<b>8. 2 Seminar / laborator (teme, număr de ore, bibliografie) – 28 ore</b>	Metode de predare
1. Istoria comunicării, istoria relațiilor publice – 2 ore	<ul style="list-style-type: none"> <li>• dezbatere și problematizare;</li> <li>• exemplificare multimedia;</li> </ul>
2. Comunicare, PR, marketing, publicitate: asemănări și deosebiri – 2 ore	<ul style="list-style-type: none"> <li>• conversație euristică;</li> <li>• exemple;</li> </ul>
3. Modele ale comunicării – 2 ore	<ul style="list-style-type: none"> <li>• dezbatere și problematizare</li> <li>• exemple;</li> </ul>
4. Bariere în comunicare. Strategii de îmbunătățire a comunicării – 2 ore	<ul style="list-style-type: none"> <li>• analiza de text;</li> <li>• conversație euristică;</li> <li>• exemplificare multimedia</li> <li>• jocuri de rol;</li> </ul>
5. Pașii tactici ai campaniei de comunicare – 6 ore	<ul style="list-style-type: none"> <li>• exemplificare multimedia;</li> <li>• studii de caz;</li> <li>• dezbatere și problematizare;</li> <li>• jocuri de rol;</li> </ul>
6. Managementul campaniei de comunicare: planul de campanie, bugetul – 2 ore	<ul style="list-style-type: none"> <li>• dezbatere și problematizare;</li> <li>• aplicație;</li> </ul>
7. E-PR: Comunicarea și relațiile publice online – 2 ore	<ul style="list-style-type: none"> <li>• exemplificare multimedia;</li> <li>• studiu de caz;</li> </ul>
8. Purtătorul de cuvânt și organizarea biroului de presă. Conferința de presă – 2 ore	<ul style="list-style-type: none"> <li>• studiu de caz</li> <li>• aplicație</li> <li>• jocuri de rol</li> </ul>
9. Departamentul de relații publice, agenția de PR, agenția de publicitate, consultantul independent – 2 ore	<ul style="list-style-type: none"> <li>• dezbatere și problematizare;</li> <li>• exemple;</li> </ul>
10. Gestionarea crizelor. Studiu de caz. – 2 ore	<ul style="list-style-type: none"> <li>• conversație euristică;</li> <li>• exemple;</li> <li>• studii de caz;</li> <li>• jocuri de rol;</li> </ul>
11. Etica relațiilor publice și a comunicării, responsabilitatea socială – 4 ore – online	<ul style="list-style-type: none"> <li>• dezbatere și problematizare;</li> <li>• exemple;</li> </ul>
<b>Bibliografie:</b>	
1. <b>Condur Georgeta</b> , <i>Comunicare și relații publice</i> – suport de curs, 2023	
2. <b>Prutianu, Ștefan</b> , <i>Tratat de comunicare și negociere în afaceri</i> , Editura Polirom, Iași, 2008	

3. Russel, J. Thomas; Lane, W. Ronald, *Manual de publicitate (Kleppner's Advertising Procedure)*, București, Teora, 2002

4. Schaffin Reid, N., *Negociază inteligent*, Editura All, București, 2007

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

Conținutul disciplinei este conceput pentru a răspunde cerințelor actuale de pe piața muncii, care presupun și competențe de comunicare și relaționare, respectiv pentru a corespunde așteptărilor potențialilor angajatori, asigurând studenților și deprinderi practice de a proiecta și derula campanii de comunicare sau de a gestiona situații de criză cu care se confruntă o firmă/organizație/instituție.

**10. Evaluare**

Tip de activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere în nota finală
10.4 Curs	• Note întregi de la 1 la 10	• Colocviu	70%
10.5 Seminar	• Implicarea în pregătirea și desfășurarea activităților de seminar.	• Frecvență, calitatea interacțiunii, redactarea unui proiect	30%
10.6 Standard minim de performanță			
• Obținerea <b>notei de minimum 5 (cinci)</b> la colocviu și a <b>mediei finale</b> , care rezultă prin adunarea notei de la colocviu (ponderată cu 70%) cu nota de la seminar (ponderată cu 30%), <b>de minimum 5 (cinci)</b> .			

Data completării: 22.09.2023

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

Data avizării în Departament: 28.09.2023

Semnătura Directorului de Departament