

# 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>Finanțe</i>
1.5 Ciclul de studii	<i>Licență</i>
1.6 Programul de studii / Calificarea	<i>Finanțe și Bănci</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>II</b>	2.5 Semestrul	<b>III</b>	2.6 Tipul de evaluare	<b>C.</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>2</b>	din care: 3.2 curs	<b>1</b>	3.3 seminar / laborator	<b>1</b>
3.4 Total ore din planul de învățământ	<b>28</b>	din care: 3.5 curs	<b>14</b>	3.6 seminar / laborator	<b>14</b>
3.7 Distribuția fondului de timp					ore
Participare la orele de curs și seminar					<b>28</b>
Studiul după manual / suport de curs, bibliografie și notițe					30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					20
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					18
Tutoriat					2
Examinări					2
Alte activități					-
3.8 Total ore studiu individual					<b>72</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 și au un caracter interactiv.
5.2. de desfășurare a seminarului	• Seminarul se desfășoară pe baza bibliografiei și a suportului de curs. Activitățile se desfășoară fizic și online, folosindu-se fișiere de lucru și materiale multimedia, dar și în sistem clasic utilizându-se bibliografia aferentă, precum și o documentare anterioară din suportul de curs.

## 6. Competențele specifice acumulate

<b>Competențe profesionale</b>	
--------------------------------	--

<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, Iași, 2009</p>	

3. **Mucchielli, Alex**, *Arta de a comunica. Metode, forme și psihologia situațiilor de comunicare* (ediția a II-a), Editura Polirom, Iași, 2015
4. **Newsom, Doug; VanSlyke Turk, Judy; Kruckeberg, Dean**, *Totul despre relațiile publice*, Polirom, Iași, 2003
5. **Newsom, Doug; Carrell, Bob**, *Redactarea materialelor de relații publice*, Polirom, Iași, 2004
6. **Pânișoară, Ion-Ovidiu**, *Comunicarea eficientă. Metode de interacțiune educațională* (ediția a IV-a revăzută și adăugită), Editura Polirom, Iași, 2015

8.2 Seminar / laborator (teme, număr de ore, bibliografie) – 14 ore	Metode de predare
1. Comunicare, PR, marketing, publicitate – noțiuni de bază, asemănări și deosebiri – 2 ore	<ul style="list-style-type: none"> <li>• dezbateri și problematizare;</li> <li>• exemple;</li> </ul>
2. Modele ale comunicării – 2 ore	<ul style="list-style-type: none"> <li>• dezbateri și problematizare</li> <li>• exemple;</li> </ul>
3. Tipuri de comunicare – 2 ore	<ul style="list-style-type: none"> <li>• analiza de text;</li> <li>• conversație euristică;</li> <li>• jocuri de rol;</li> </ul>
4. Pașii tactici ai campaniei de comunicare – 2 ore	<ul style="list-style-type: none"> <li>• exemplificare multimedia;</li> <li>• studii de caz;</li> <li>• dezbateri și problematizare;</li> <li>• jocuri de rol;</li> </ul>
5. E-PR: Comunicarea și relațiile publice online – 2 ore	<ul style="list-style-type: none"> <li>• exemplificare multimedia;</li> <li>• studiu de caz;</li> <li>• jocuri de rol;</li> </ul>
6. Gestionarea crizelor – 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>
7. Purtătorul de cuvânt și organizarea biroului de presă. Etica relațiilor publice și a comunicării, responsabilitatea socială - 2 ore – online	<ul style="list-style-type: none"> <li>• dezbateri și problematizare;</li> <li>• exemple;</li> <li>• studiu de caz;</li> </ul>

**Bibliografie:**

1. **Condur Georgeta**, *Comunicare și relații publice – suport de curs*, 2023
2. **Prutianu, Ștefan**, *Tratat de comunicare și negociere în afaceri*, 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	10.3 Pondere
-------------------	---------------------------	----------------	--------------

		evaluare	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

