FIŞA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituţia de învăţământ superior	***Universitatea „Petre Andrei" din Iași***
1.2 Facultatea	***Drept, Economie, Științe Politice și Administrative***
1.3 Departamentul	***Științe Economice***
1.4 Domeniul de studii	***Finanțe***
1.5 Ciclul de studii	***Licență***
1.6 Programul de studii / Calificarea	***Finanțe și Bănci***

2. Date despre disciplină

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

* Examen / Colocviu / Proiect
** Obligatoriu / Opțional / Facultativ

3. Timpul total estimat al activităţilor disciplinei (ore pe semestru)

3.1 Număr de ore pe săptămână	**3**	din care: 3.2 curs	**2**	3.3 seminar/~~laborator~~	**1**
3.4 Total ore din planul de învăţământ	**42**	din care: 3.5 curs	**28**	3.6 seminar/~~laborator~~	**14**
3.7 Distribuţia fondului de timp					ore
3.7.1. Participare la orele de curs și seminar / lucrări / practică de specialitate*					**42**
3.7.2. Examinări*					**2**
3.7.3. Studiul după manual / suport de curs, bibliografie și notițe					20
3.7.4. Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate şi pe teren					14
3.7.5. Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					20
3.7.6. Consultații					2
3.8 Total ore studiu individual**					**56**
3.9 Total ore pe semestru***					**100**
3.10 Numărul de credite					**4**

* Activitățile din categoriile 3.7.1. și 3.7.2. fac parte din orele didactice.
** Orele de studiu individual cuprind activitățile din categoriile: 3.7.3., 3.7.4., 3.7.5. și 3.7.6.
Notă: Se recomandă ca numărul orelor de studiu individual să fie cel puțin egal cu cel al orelor de pregătire universitară formată din ore didactice.
*** Totalul orelor pe semestru rezultă din înmulțirea numărului de credite alocat disciplinei cu 25 ore / credit.

4. Precondiţii (unde este cazul)

4.1 De curriculum	
4.2 De rezultate ale învățării	

5. Condiţii

5.1. de desfăşurare a cursului	• Prelegerile se desfășoară fizic și online și au un caracter interactiv.
5.2. de desfăşurare a seminarului	• Seminarul se desfășoară pe baza bibliografiei şi 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. Obiectivul general al disciplinei

Familiarizarea cu principalele noțiuni prind comunicarea și relațiile publice, formarea şi dezvoltarea deprinderilor necesare utilizării principiilor, normelor şi tehnicilor eficiente de comunicare, folosite în context intercultural, prin dezvoltarea competenţelor specifice (discursive, strategice, socio-culturale etc.); dezvoltarea abilităților de a aplica aceste cunoștințe dobândite în contexte reale de comunicare.

7. Rezultatele învățării

Cunoștințe	Studentul demonstrează înțelegerea conceptelor fundamentale privind comunicarea de marketing, branding, publicitate, promovarea vânzărilor, relațiile publice, marketingul direct şi marketingul evenimentelor. Studentul asimilează cunoștințele necesare proiectării, implementării și evaluării rezultatelor campaniilor de comunicare integrată de marketing.
Aptitudini	Studentul demonstrează capacitatea de operaționalizare a strategiilor de comunicare în cadrul organizațiilor. Studentul demonstrează capacitatea de a aplica tehnicile de comunicare persuasivă în contexte specifice (situații de criză, negocieri, vânzări etc.).
Responsabilitate și autonomie	Studentul manifestă curiozitate intelectuală, proactivitate, creativitate și gândire critică în procesul de elaborare de proiecte complexe de comunicare integrată de marketing. Studentul dovedește spirit de echipă, fiind capabil să stabilească relații bazate pe respect și încredere pe parcursul elaborării și implementării proiectelor de comunicare complexă. Studentul demonstrează responsabilitate și comportament etic în relația cu partenerii implicați în diferite etape ale procesului de comunicare.

8. Metode de predare: prelegere; exemple; analiză de text; dezbatere și problematizare; studii de caz; exerciții aplicative.

9. Conţinuturi

9.1 Curs (teme, număr de ore, bibliografie)	Metode de predare	Timp alocat **(28 ore)**
1. Comunicarea, introducere şi noţiuni generale 1.1. Comunicarea - definiții, dicționar de termeni, modele ale comunicării 1.2. Tipuri de comunicare, comunicarea verbală şi non-verbală	Prelegere și discuții	4 ore
2. Relațiile publice 2.1. Definirea domeniului, originea și evoluția relațiilor publice 2.2. Tipuri de relații publice, obiective, asemănări și deosebiri între PR și advertising	Prelegere și discuții	4 ore
3. Campania de comunicare 3.1. Cine comunică (analiza SWOT) 3.2. Cui comunicăm (modele de segmentare a pieței) 3.3. Cum comunicăm (mijloace de comunicare) 3.4. Când şi unde comunicăm 3.5. Ce comunicăm (oferta, construcţia mesajului)	Prelegere și discuții	10 ore
4. Comunicarea de criză – tipologie, strategii și exemple 4.1. Tipologia crizelor 4.2. Strategii ale comunicării de criză 4.3. Relația cu presa în situații de criză 4.4. Exemple de gestionare a crizelor (2 ore online)	Prelegere și discuții	10 ore

Bibliografie:

1. Bițu Maier Sorana, *Noțiuni de relații publice. Curs teoretic*, Editura Universității „Lucian Blaga" din Sibiu, Sibiu, 2025, https://editura.ulbsibiu.ro/wp-content/uploads/Sorina-Maier-Bitu-Notiuni-13x20-carte-electronica%CC%86.pdf
2. Condur Georgeta, *Comunicare și relații publice* - suport de curs, 2026
3. Condur Georgeta, *Comunicare politică: Mijloace şi sisteme*, Editura Fundației Academice AXIS, Iași, 2009
4. Mucchielli Alex, *Arta de a comunica. Metode, forme şi psihologia situațiilor de comunicare* (ediția a II-a), Editura Polirom, Iași, 2015
5. Năstase Gabriel I., *Comunicare şi relatii publice în afaceri*, ediția a III-a, revăzută, Editura Pro Univer-

sitaria, 2020 **6.** Răducu Roberta, Nastasiu Cătălina, *Public communication and challenges in the current digital environment,* Editura comunicare.ro, București, 2025		
9.2 Seminar / ~~laborator~~ (teme, număr de ore, bibliografie)	Metode de predare	Timp alocat (**14 ore**)
1. Anunțarea temelor de seminar, prezentarea modului de desfășurare a seminariilor, stabilirea referenților pentru fiecare temă și indicarea bibliografiei obligatorii	Prelegere și discuții	1 oră
2. Istoria comunicării, istoria relațiilor publice	Prelegere, analiză de text, dezbatere și problematizare, exemplificare multimedia	1 oră
3. Comunicare, PR, marketing, publicitate: asemănări și deosebiri	Prelegere, dezbatere și problematizare, studii de caz	1 oră
4. Modele ale comunicării	Prelegere, dezbatere și problematizare, analiză de text	1 oră
5. Bariere în comunicarea organizațională	Prelegere, dezbatere și problematizare, exemplificare multimedia	1 oră
6. Strategii de îmbunătățire a comunicării. Exerciții, simulări, jocuri de rol	Conversație euristică, exemplificare multimedia, jocuri de rol, aplicații	1 oră
7. „Oferta" în comunicare. Construcţia mesajului, imaginea, credibilitatea	Prelegere, studii de caz, dezbatere și problematizare, exemplificare multimedia	1 oră
8. Managementul campaniei de comunicare: planul de campanie, bugetul	Prelegere, analiză de text, dezbatere și problematizare, exemplificare, aplicații	1 oră
9. E-PR: Comunicarea și relațiile publice online	Dezbatere și problematizare, exemplificare multimedia, studii de caz, aplicații	1 oră
10. Purtătorul de cuvânt și organizarea biroului de presă. Conferința de presă	Conversație euristică, analiză de text, studii de caz, exemplificare multimedia, jocuri de rol, aplicații	1 oră
11. Departamentul de relații publice, agenția de PR, agenția de publicitate, consultantul independent	Conversație euristică, analiză de text, studii de caz, exemplificare multimedia, jocuri de rol, aplicații	1 oră
12. Gestionarea crizelor. Studii de caz.	Dezbatere și problematizare, exemplificare multimedia, studii de caz, aplicații	1 oră
13. Etica relațiilor publice și a comunicării, responsabilitatea socială, conflictul de interese, transparența decizională	Prelegere, analiză de text, dezbatere și problematizare, exemplificare	1 oră
14. Concluzii și evaluarea activității studenților la seminarii	Prezentare și discuții în sistem fizic sau online	1 oră
Bibliografie: **1.** Bițu Maier Sorana, *Noțiuni de relații publice. Curs teoretic*, Editura Universității „Lucian Blaga" din Sibiu, Sibiu, 2025, https://editura.ulbsibiu.ro/wp-content/uploads/Sorina-Maier-Bitu-Notiuni-13x20-carte-electronica%CC%86.pdf **2.** Coman Cristina, *Relațiile publice și mass-media*, ediție revăzută și adăugită, Editura Polirom, Iași, 2004 **3.** Condur Georgeta, *Comunicare și relații publice* - suport de curs, 2026		

4. Condur Georgeta, *Comunicare politică: Mijloace și sisteme*, Editura Fundației Academice AXIS, Iași, 2009
5. Năstase Gabriel I., *Comunicare și relatii publice în afaceri*, ediția a III-a, revăzută, Editura Pro Universitaria, 2020
6. Radu Raluca-Nicoleta, *Deontologia comunicării publice*, Editura Polirom, Iași, 2015

10. Evaluare

Tip de activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere în nota finală
10.4 Evaluare sumativă (Examen / Colocviu / Proiect)	Capacitate de analiză, sinteză și expunere coerentă a conținutului informațional al disciplinei; capacitate de analiză critică a informaţiilor; capacitate de argumentare. (Note întregi de la 1 la 10)	Colocviu	60%
10.5 Evaluare continuă (pe parcursul seminarelor / laboratoarelor etc.)	Implicarea în pregătirea și desfășurarea activităților de seminar, identificarea unor surse alternative de documentare și utilizarea lor în procesul de învățare, redactarea și susținerea unui proiect	Frecvență, calitatea interacțiunii, redactarea unui proiect	40%
10.6 Condiții de promovare			
Obținerea **notei de minimum 5 (cinci)** la colocviu și a **mediei finale,** care rezultă prin adunarea notei de la colocviu (ponderată cu 60%) cu nota de la seminar (ponderată cu 40%), **de minimum 5 (cinci)**.			

Data completării: *24.09.2026* Semnătura titularului de curs Semnătura titularului de seminar

Data avizării în departament: *29.09.2026* Semnatura Directorului de Departament