

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	<i>Universitatea „Petre Andrei” din Iași</i>
1.2 Facultatea	<i>Drept, Economie, Științe Politice și Administrative</i>
1.3 Departamentul	<i>Științe Economice</i>
1.4 Domeniul de studii	<i>Contabilitate</i>
1.5 Ciclul de studii	<i>Licență</i>
1.6 Programul de studii / Calificarea	<i>Contabilitate și Informatică de Gestiune</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	II	2.5 Semestrul	III	2.6 Tipul de evaluare*	C.	2.7 Regimul disciplinei** FAC.

* Examen / Colocviu / Proiect

** Obligatoriu / Opțional / Facultativ

3. Timpul total estimat al activităților 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 învățământ	42	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	14
3.7 Distribuția 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 și 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 alocate disciplinei cu 25 ore / credit.

4. Precondiții (unde este cazul)

4.1 De curriculum	
4.2 De rezultate ale învățării	

5. Condiții

5.1. de desfășurare a cursului	• Prelegerile au un caracter interactiv.
5.2. de desfășurare a seminarului	• Seminarul se desfășoară pe baza bibliografiei și a suportului de curs. Activitățile se desfășoară clasic, folosindu-se fișiere de lucru și materiale multimedia, și utilizându-se bibliografia aferentă, precum și o documentare anterioară din suportul de curs.

6. 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. Rezultatele învățării

Cunoștințe	Studentul demonstrează înțelegerea conceptelor fundamentale privind comunicarea de marketing, branding, publicitate, promovarea vânzărilor, relații publice, marketingul direct, și marketingul evenimentelor. Studentul asimilează cunoștințele necesare proiectării, implementării și evaluării rezultatelor campaniilor de comunicare integrată de marketing.
Aptitudini	Studentul demonstrează înțelegerea conceptelor fundamentale privind comunicarea de marketing, branding, publicitate, promovarea vânzărilor, relații publice, marketingul direct, și marketingul evenimentelor. Studentul asimilează cunoștințele necesare proiectării, implementării și evaluării rezultatelor campaniilor de comunicare integrată de marketing.
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 și discuții, exemple, dezbateri și problematizare

9. Conținuturi

9.1 Curs (teme, număr de ore, bibliografie)	Metode de predare	Timp alocat (28 ore)
1. Comunicarea, introducere și noțiuni generale 1.1. Comunicarea - definiții, dicționar de termeni, modele ale comunicării 1.2. Tipuri de comunicare, comunicarea verbală și non-verbală 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 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 și unde comunicăm 3.5. Ce comunicăm (oferta, construcția mesajului) 4. Comunicarea de criză – tipologie, strategii și exemple 4.1. Tipologia crizelor 4.2. Strategii ale comunicării de criză 4.2. Relația cu presa în situații de criză 4.3. Exemple de gestionare a crizelor – online	Prelegere și discuții, exemple, dezbateri și problematizare Prelegere și discuții, exemple, dezbateri și problematizare Prelegere și discuții, exemple, dezbateri și problematizare Prelegere și discuții, exemple, dezbateri și problematizare	4 ore 4 ore 10 ore 10 ore
Bibliografie: 1. Condur Georgeta, <i>Comunicare și relații publice</i> – suport de curs, 2026 2. Condur Georgeta, <i>Comunicare politică: Mijloace și sisteme</i>, Editura Fundației Academice AXIS, Iași, 2009 3. Mucchielli Alex, <i>Arta de a comunica. Metode, forme și psihologia situațiilor de comunicare</i> (ediția a II-a), Editura Polirom, Iași, 2015 4. Newsom Doug, VanSlyke Turk Judy, Kruckeberg Dean, <i>Totul despre relațiile publice</i>, Polirom, Iași, 2003 5. Newsom Doug, Carrell Bob, <i>Redactarea materialelor de relații publice</i>, Polirom, Iași, 2004 6. Pânișoară Ion-Ovidiu, <i>Comunicarea eficientă. Metode de interacțiune educațională</i> (ediția a IV-a revăzută și adăugită), Editura Polirom, Iași, 2015.		
9.2 Seminar / laborator (teme, număr de ore, bibliografie)	Metode de predare	Timp alocat (14 ore)

1. Comunicare, PR, marketing, publicitate – noțiuni de bază, asemănări și deosebiri	Prelegere și discuții, exemple, dezbateri și problematizare	2 ore
2. Modele ale comunicării	Prelegere și discuții, exemple, dezbateri și problematizare	2 ore
3. Tipuri de comunicare	Prelegere și discuții, exemple, dezbateri și problematizare	2 ore
4. Pașii tactici ai campaniei de comunicare	Prelegere și discuții, exemple, dezbateri și problematizare	2 ore
5. E-PR: Comunicarea și relațiile publice online	Prelegere și discuții, exemple, dezbateri și problematizare	2 ore
6. Gestionarea crizelor	Prelegere și discuții, exemple, dezbateri și problematizare	2 ore
7. Purtătorul de cuvânt și organizarea biroului de presă. Etica relațiilor publice și a comunicării, responsabilitatea socială	Prelegere și discuții, exemple, dezbateri și problematizare	2 ore
Bibliografie: 1. Condur Georgeta, <i>Comunicare și relații publice</i> – suport de curs, 2026 2. Condur Georgeta, <i>Comunicare politică: Mijloace și sisteme</i>, Editura Fundației Academice AXIS, Iași, 2009 3. Mucchielli Alex, <i>Arta de a comunica. Metode, forme și psihologia situațiilor de comunicare</i> (ediția a II-a), Editura Polirom, Iași, 2015 4. Pănișoară Ion-Ovidiu, <i>Comunicarea eficientă. Metode de interacțiune educațională</i> (ediția a IV-a revăzută și adăugită), 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)	Note întregi de la 1 la 10	Colocviu	70%
10.5 Evaluare continuă (pe parcursul seminarelor / laboratoarelor etc.)	Implicarea în pregătirea și desfășurarea activităților de seminar.	Frecvență, calitatea interacțiunii, redactarea unui proiect	30%
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 70%) cu nota de la seminar (ponderată cu 30%), de minimum 5 (cinci) .			

Data completării: 23.09.2026

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

Data avizării în departament: 29.09.2029

Semnătura Directorului de Departament