

# FIȘA DISCIPLINEI

## 1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA "ARTIFEX" DIN BUCUREȘTI
1.2 Facultatea	MANAGEMENT-MARKETING
1.3 Departamentul	MANAGEMENT MARKETING
1.4 Domeniul de studii	MARKETING
1.5 Ciclul de studii	LICENȚĂ
1.6 Programul de studii / Calificarea	MARKETING
1.7 Forma de învățământ	IF (Învățământ cu Frecvență)
1.8 Limba de studiu	Română
1.9 Anul universitar	2022-2023

## 2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	RELAȚII PUBLICE								
2.2 Codul disciplinei	0231AS2206.1								
2.3 Titularul activităților de curs									
2.4 Titularul activităților de seminar									
2.5 Anul de studiu	2	2.6 Semestrul	2	2.7 Tipul de evaluare (E - examen / V - verificare / C - colocviu)	V	2.8 Regimul disciplinei (O - obligatorie, A - opțională, F - facultativă)	A	2.9 Numărul de credite ECTS	4

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care:	2	3.3 seminar / laborator	2
		3.2 curs			
3.4 Numărul de săptămâni	11				
3.5 Total ore din planul de învățământ	44	din care:	22	3.7 seminar / laborator	22
		3.6 curs			
<b>Distribuția fondului de timp</b>					<b>ore</b>
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					20
Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					10
Tutoriat/Consultații					4
Examinări					2
Alte activități:					-
3.7 Total ore studiu individual				56	
3.8 Total ore pe semestru (număr de credite ECTS × 25 ore)				100	

## 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	
4.2 de competențe	Utilizarea operațională a conceptelor studiate anterior și în paralel. Utilizarea operațională a achizițiilor studiate în cadrul programei academice.

## 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 De desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sală de curs dotată cu laptop, acces la internet, videoproiector și tablă;</li> <li>• Studenții se vor prezenta la prelegeri cu telefoanele mobile închise;</li> <li>• Nu va fi acceptată întârzierea studenților la curs.</li> </ul>
5.2 De desfășurare a seminarului / laboratorului	Sală de seminar. Videoproiector.

## 6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<p><b>C1 UTILIZAREA ADECVATA A CONCEPTELOR, METODELOR, TEHNICILOR SI INSTRUMENTELOR DE MARKETING (2/4 puncte de credit)</b></p> <p>C1.1 Definirea conceptelor, metodelor, tehnicilor si a instrumentelor de marketing (0,5 puncte credit)</p> <p>C1.2 Explicarea conceptelor, metodelor, tehnicilor si a instrumentelor de marketing (0,5 puncte credit)</p> <p>C1.3 Aplicarea metodelor, tehnicilor si a instrumentelor specifice activității de marketing (0,5 puncte credit)</p> <p>C1.4 Studierea comparativa si evaluarea critica a metodelor, tehnicilor si instrumentelor in activitatea de marketing (0,5 puncte credit)</p> <p><b>C5 UTILIZAREA TEHNICILOR DE VANZARE (1/4 punct de credit)</b></p> <p>C5.1 Definirea tehnicilor de vânzare si a instrumentelor specifice de comunicare (0,5 puncte credit)</p> <p>C5.2 Explicarea tehnicilor de vânzare si a utilizarii instrumentelor specifice de comunicare (0,5 puncte credit)</p>
	<p><b>CT. 2. Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei. (1/4 punct de credit)</b></p>
Competențe transversale	

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Crearea unui sistem de operare care să cuprindă definiții, concepte, norme, valori și modele ale relațiilor publice. Crearea și implementarea unui limbaj de specialitate pentru domeniul relațiilor publice. Crearea unui concept de comunicare și relații publice de sine stătător.	
7.2 Obiectivele specifice	Cunoștințe:	<p>R.î.1 Absolventul cunoaște terminologia folosită pe parcursul cursului de relații publice.</p> <p>R.î.2 Absolventul cunoaște și înțelege termenii și diferențiază conceptul de relații publice de conceptul de relații cu publicul.</p> <p>R.î.3 Absolventul explică și interpretează diferența dintre domeniile de aplicabilitate practică. Poate să analizeze elementele implicate într-un proces de comunicare.</p>
	Aptitudini:	R.î.1 Absolventul proiectează și aplică metode de investigare în domeniul comunicării și PRului

		R.î.2 Absolventul formulează soluții adecvate și bine și își imaginează exemple concrete de investigare a unor campanii de PR. R.î.3 Absolventul utilizează noțiunile dobândite pentru cercetarea de situații concrete.
	Responsabilitate și autonomie	R.î.1 Absolventul manifestă interes față de domeniul comunicării și al PRului ca știință. R.î.2 Absolventul adoptă o conduită corespunzătoare în activitatea desfășurată. R.î.3 Absolventul evaluează corect implicațiile lipsei de studiu și cercetare.

## 8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare / lucru	Fond de timp	Referințe bibliografice
Noțiuni introductive Prezentarea tematicii, a obiectivelor, a metodelor.	Prezentare participativă	2 ore	Bibliografie obligatorie 1, cap. 1
Definiții și forme ale comunicării.	Explicații	2 ore	Bibliografie obligatorie 1, cap. 1
Metode de comunicare	Explicații. Exemplificări	2 ore	Bibliografie obligatorie 1, cap. 2, 3
Conceptul și elementele procesului de comunicare. Abordarea strategică a comunicării.	Exemplificări	2 ore	Bibliografie obligatorie 2, cap. 2
Tipuri de comunicare și limbajele utilizate. Rolul și importanța comunicării. Abilitățile de comunicare.	Conversație euristică Metoda problematizării	2 ore	Bibliografie obligatorie 2, cap. 3
Comunicarea comportamentală. Comunicarea scrisă.	Prezentare. Dezbateri	2 ore	Bibliografie obligatorie 3, cap. 1
Istoric și definiție al relațiilor publice.	Conversație euristică Metoda problematizării	2 ore	Bibliografie obligatorie 1, cap 1
Funcțiile și principiile sistemului de relații publice.	Conversația reproductivă	2 ore	Bibliografie obligatorie 3, cap 1
Modele ale relațiilor publice.	Explicația	2 ore	

Relații publice dimensiuni acționale.	Studiu de caz	2 ore	Bibliografie obligatorie 3, cap 2
Domenii de aplicabilitate și operatori PR.	Studiu de caz	2 ore	Bibliografie obligatorie 3, cap 3
<b>TOTAL</b>		<b>22 Ore</b>	

**Bibliografie obligatorie:**

1. Smedescu, D. A., Comunicare de MK în servicii, Ed. Universitaria, 2017
2. Mecu D., Negociere, comunicare și reguli de protocolpe înțelesul tuturor, Ed. Credo Mateo, 2015
3. Mara Magda Maftai, Communicate in buisness english, Ed. Universitara, 2010

<b>8.2 Seminar</b>	<b>Metode de predare / lucru</b>	<b>Fond de timp</b>	<b>Referințe bibliografice</b>
<b>1. Activitatea de comunicare</b> - Parteneri - Mesaj - Forme de comunicare	Dezbatere	4 ore	Bibliografie obligatorie 1, cap 1,2
<b>2. Modele globale ale comunicării</b> - Modelul SHANNON-WEAVER - Modelul JAKOBSON	Prezentări de materiale. Discuții. Studii de caz.	4 ore	Bibliografie obligatorie 2, cap 1,2
<b>3. Argumentarea discursivă și etica în comunicare</b>	Prezentare. Exemplificări.	4 ore	Bibliografie obligatorie 2, cap 1,2
<b>4. Comunicarea publică</b> - Discursul de MK - Sarcinile specialistului în PR - Comunicare publică și publicitate	Simulări de situații de comunicare	4 ore	Bibliografie obligatorie 2, cap 3
<b>5. Comunicare internă componentă a managementului calității Strategii de PR</b>	Exemplificări	6 ore	Bibliografie obligatorie 3, cap 3
<b>TOTAL</b>		<b>22 ore</b>	

**Bibliografie obligatorie:**

1. Smedescu, D. A., Comunicare de MK în servicii, Ed. Universitaria, 2017
2. Mecu D., Negociere, comunicare și reguli de protocolpe înțelesul tuturor, Ed. Credo Mateo, 2015
3. Mara Magda Maftai, Communicate in buisness english, Ed. Universitara, 2010

**9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului**

- Pe parcursul derulării disciplinei pot fi invitați practicieni pentru prelegeri punctuale.
- Anual, în perioada de analiză a planurilor de învățământ, conținutul disciplinei și oportunitatea introducerii sau înlocuirii unor discipline sunt discutate cu reprezentanții comunității epistemice și cu reprezentanți ai mediului de afaceri din diverse domenii de activitate, inclusiv cu reprezentanți din sistemul cooperatist - Uniunea Națională a Cooperăției Mesteșugărești – UCECOM, în vederea adaptării la cerințele acestora și la cele ale pieței muncii.

**10. Evaluare**

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Să cunoască termenul de comunicare, componentele și formele comunicării</li> <li>• Să cunoască diferitele modele de comunicare</li> <li>• Să discearnă importanța eticii în comunicare</li> <li>• Să înțeleagă termenul de relații publice</li> <li>• Să cunoască terminologiile folosite în relațiile publice</li> <li>• Relațiile publice (PR) ca parte a comunicării</li> <li>• Să cunoască profilul specialistului de PR și sarcinile acestuia</li> <li>• Să cunoască principiile și funcțiile sistemului de relații publice</li> </ul> <p>Să poată diferenția și explica termenii de relații publice și relații cu publicul</p>	<p>Examen scris în sesiunea de examene.</p> <p>Testarea continuă pe parcursul semestrului</p> <p>Participarea activă la seminar și realizarea de activități gen teme / referate / eseuri / traduceri / proiecte</p>	<p>60 %</p> <p>10%</p> <p>10%</p>
10.5 Seminar/laborator	<p>Să cunoască și să opereze cu modele de comunicare</p> <p>Să cunoască domenii în care se aplică relațiile publice</p> <p>Să realizeze în cadrul campanii publicitare</p>		20%
10.6 Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• însușirea vocabularului specific disciplinei; ;</li> <li>• însușirea vocabularului de comunicare și relații publice specific disciplinei;</li> <li>• recunoașterea principiilor, componentelor și formelor de comunicare;</li> <li>• înțelegerea și explicarea conceptelor fundamentale;</li> <li>• să cunoască diferitele modele de comunicare</li> <li>• să discearnă importanța eticii în comunicare</li> <li>• să înțeleagă conceptul de relații publice și terminologia folosită în relațiile publice</li> <li>• să poată diferenția termenul de relații publice de cel de relații cu publicul</li> <li>• evaluarea corectă a oportunităților și riscurilor în cazul deficiențelor de comunicare</li> </ul>			

Data completării: 20.09.2022

Intocmit,  
Lect. univ. dr. Riana Mariana NICOLAE

Intocmit,

.....

.....

Data avizării în departament: 30.09.2022

Avizat,

Semnătura directorului de departament,  
Conf.univ.dr. Sorin Gabriel GRESOI

Responsabil program de studii,  
Conf.univ.dr. Andrei BUIGA

.....

.....

Data aprobării în Consiliul facultății: 30.09.2022

Semnătura Decan,

Conf.univ.dr. Anca Mihaela MELINCEANU

.....