

**FIȘA DISCIPLINEI**  
**\*\*\* CAMPANII DE RELAȚII PUBLICE \*\*\***  
**2022 – 2023**

**1. Date despre program**

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Ecologică din București
1.2. Facultatea	Facultatea de Științele Comunicării
1.3. Departamentul	Departamentul de Științele Comunicării
1.4. Domeniul de studii	Comunicare și relații publice
1.5. Ciclu de studii (Licență/Masterat)	Licență
1.6. Programul de studii	Comunicare și relații publice
1.7. Limba de studiu	Română
1.8. Forma de învățământ (IF/IFR)	IF

**2. Date despre disciplină**

2.1. Denumirea disciplinei		Campanii de relații publice			
2.2. Titularul activității de curs		lect. univ. dr. Iulia Anghel		Email (adresa instituțională):	
2.3. Titularul activității de lucrări practice		lect. univ. dr. Iulia Anghel		Email (adresa instituțională):	
2.4. Anul de studiu	III	2.5. Semestrul	5	2.6. Codul disciplinei	SSSC203539 DS
2.7. Tipul de evaluare	E	2.8. Regimul/categoria disciplinei <sup>1</sup>		2.9. Tipul disciplinei <sup>2</sup>	Ob

**3. Timpul total estimat (ore pe semestru distribuite pe activități didactice)**

3.1. Număr de ore pe săptămână <sup>3</sup>	4	din care: 3.2. curs	2	3.3. lucrări practice	2
3.4. Total ore din planul de învățământ <sup>4</sup>	56	din care: 3.5. curs	28	3.6. lucrări practice	28
3.7. Total ore față în față / sem.	28	din care: 3.8. curs	14	3.9. lucrări practice	14
3.10. Total ore online sincron / sem.	28	din care: 3.11. curs	14	3.12. lucrări practice	14
<b>Distribuția fondului de timp de studiu individual</b>					<b>69</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					10
Tutoriat					
Examinări					6
Alte activități.....					
<b>3.13. Total ore studiu individual</b>					<b>69</b>
<b>3.14. Total ore pe semestru (3.4 + 3.13)</b>					<b>125</b>
3.15. Numărul de credite ECTS					5

**4. Precondiții (acolo unde este cazul)**

4.1. de curriculum	Parcursarea disciplinelor din domeniul de studiu
4.2. de competențe	Abilitatea de a căuta informații pe net, site-uri, cunoștințe Word, utilizare Google Meet, Google Classroom și Zoom

**5. Condiții (acolo unde este cazul)**

5.1. de desfășurare a cursului	Sală de curs cu cel puțin 50 de locuri dotată cu tablă, videoproiector și computer Activitate online, sincron/asincron: computer, conexiune internet, platforma G Suite for Education, prezentări PowerPoint, imagini și videoclipuri disponibile online.
5.2. de desfășurare	Sală de seminar cu cel puțin 25 de locuri dotată cu tablă, videoproiector și computer +

<sup>1</sup> Funcție de standardele specifice: DO-disciplină obligatorie, DA/DOP-disciplină la alegere/opțională, DF-disciplină facultativă

<sup>2</sup> Funcție de standardele specifice și ciclul de studii: pentru licență DF-disciplină fundamentală, DD-disciplină de domeniu, DS-disciplină de specialitate, DC-disciplină complementară, respectiv pentru masterat: DA-disciplină de aprofundare, DS - disciplină de sinteză

<sup>3</sup> Curs, seminar, laborator, lucrări practice, proiect, practică

<sup>4</sup> Idem 3

a lucrărilor practice	eșantioane didactice din colecția proprie Activitate online sincron/asincron: computer, conexiune internet, platforma G Suite for Education, prezentări PowerPoint, imagini și videoclipuri disponibile online.
-----------------------	--

## 6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	C1: Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC) C2: Identificarea particularităților utilizării specializate a diverselor tipuri media în relațiile publice; C3: Utilizarea tehnologiilor adecvate în realizarea și comunicarea profesionalizată a diverselor produse specifice relațiilor publice, cu respectarea dreptului publicului de a fi informat corect; C4: Definirea conceptelor, teoriilor, paradigmatelor și metodologiilor utilizate în analiza comunicării; C5: Utilizarea unor metode de cercetare pentru definirea problemelor de interes public și rezolvarea acestora prin proiectarea unei campanii de relații publice; C6: Identificarea și utilizarea unor indicatori relevanți pentru monitorizarea și evaluarea proceselor de comunicare; C7: Elaborarea unui plan de comunicare eficientă în situații definite de comunicare publică; C.8: Realizarea și promovarea unui produs de relații publice C.9: Identificarea conceptelor și metodelor adecvate dezvoltării unui produs de relații publice; C.10: Explicarea și interpretarea unui eveniment de RP din perspectiva planificării lui strategice; C.11: Utilizarea unor cadre metodologice adecvate realizării unui produs de RP;
Competențe transversale	CT1: Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipă CT2: Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii

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

7.1. Obiectivul general al disciplinei	O1. Familiarizarea studenților cu conceptele și limbajul specific domeniului relațiilor publice, explicarea și înțelegerea particularităților relațiilor publice precum și a metodelor, tehnicilor, strategiilor utilizate în acest domeniu
7.2. Obiectivele specifice	O1. Utilizarea adecvată a conceptelor specifice relațiilor publice; O2. Cunoașterea funcțiilor și principiilor relațiilor publice, precum și a dimensiunilor acționale ale acestora O3. Cunoașterea și înțelegerea etapelor parcurse în elaborarea unei campanii de relații publice O4. Explicarea relațiilor publice ca proces O5. Explicarea și interpretarea caracteristicilor domeniilor de aplicabilitate ale relațiilor publice O6. Utilizarea unor metode de cercetare calitativă și cantitativă în RP O7. Proiectarea/realizarea unei campanii de relații publice O8. „Exprimarea liberă a opiniei în conversații sau dialoguri

## 8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Nr. ore/Mod desfășurare <sup>5</sup>
1. Proiectarea unei campanii de relații publice: Definirea problemei.	Prelegere	2 ore FF
2. Perspective contemporane asupra campaniilor de relații publice. Managementul brandurilor în era digitală.	Prelegere	2 ore FF
3. Proiectarea unei campanii de relații publice: Analiza situației: profilul organizației, prezentarea produsului, publicurile organizației, contextul general spațio-temporal.	Prelegere	2 ore FF
4. Proiectarea unei campanii de relații publice. Obiective: descrierea obiectivelor, obiective generale și specifice.	Prelegere	2 ore FF

<sup>5</sup> FF – față în față; OS – online sincron

5.Axa campaniei de relații publice:definirea conceptului de axă a campaniei, axa, sloganul, semnătura instituțională.	Prelegere	2 ore - FF
6.Proiectarea unei campanii de relații publice: Metode de cercetare în PR.	Prelegere	2 ore - FF
7.Proiectarea unei campanii de relații publice. Studii de caz.	Prelegere	2 ore - FF
8. Tehnici de relații publice. Suporturi utilizate în campaniile de relații publice	Prelegere	2 ore - OS
9.Proiectarea unei campanii de relații publice.	Prelegere	2 ore - OS
10.Trenduri contemporane în campaniile de relații publice.	Prelegere	2 ore - OS
11. Mesajul strategic de PR în era digitală.	Prelegere	2 ore - OS
12.Coordonarea campaniilor de relații publice.	Prelegere	2 ore - OS
13. Implementarea campaniilor de relațiile publice.	Prelegere	2 ore - OS
14.Evaluarea campaniilor de relații publice.	Prelegere	2 ore - OS
<b>Total ore 14</b>		<b>14 ore - FF</b> <b>14 ore – OS</b>
<p>Bibliografie</p> <p><b>Bibliografie obligatorie</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Coman, C., <i>Relațiile publice.Principii și strategii</i>, Editura Polirom, Iași, 2001. (p.4-p.96)</li> <li>Dagenais, B., <i>Campania de relații publice</i>, Editura Polirom, Iași, 2003.(p.5-p.64)</li> <li>Dagenais, B., <i>Profesia de relaționist</i>, Editura Niculescu, București, 2005. (p.45-p.84)</li> <li>David, G., <i>Tehnici de relații publice</i>, Polirom, 2008.(p.5-p.70)</li> </ol> <p><b>Bibliografie recomandată</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Stancu, V., <i>Campanii de relații publice</i>, curs universitar online, SNSPA, 2020. (p.5-p.150)</li> <li>Dorling Kindersley Limited, <i>Cum să devii un bun PR</i>, Enciclopedia Rao, București, 2002. (p.78-p.90)</li> <li>Newsom, Doug, Turk, Judy Van Slyne, Kruckebery, Dean, <i>Totul despre relațiile publice</i>, Polirom, 2003. (p.11-p.36)</li> <li>Newsom, Doug, Carell, Bob, <i>Redactarea materialelor de relații publice</i>, Polirom, 2004 (p.78-p.88)</li> </ol>		
<b>8.2. Lucrări practice</b>	<b>Metode de predare</b>	Nr. ore/Mod desfășurare <sup>6</sup>
1.Proiectarea unei campanii de relații publice: Definierea problemei.	Dezbateri	2 ore FF
2.Perspective contemporane asupra campaniilor de relații publice. Managementul brandurilor în era digitală.	Dezbateri	2 ore FF
3.Proiectarea unei campanii de relații publice: Analiza situației:profilul organizației, prezentarea produsului, publicurile organizației, contextul general spațio-temporal.	Dezbateri	2 ore FF
4.Proiectarea unei campanii de relații publice. Obiective: descrierea obiectivelor, obiective generale și specifice.	Dezbateri	2 ore FF
5.Axa campaniei de relații publice:definirea conceptului de axă a campaniei, axa, sloganul, semnătura instituțională.	Dezbateri	2 ore - FF
6.Proiectarea unei campanii de relații publice: Metode de cercetare în PR.	Dezbateri	2 ore - FF
7.Proiectarea unei campanii de relații publice. Studii de caz.	Dezbateri	2 ore - FF
8. Tehnici de relații publice. Suporturi utilizate în campaniile de relații publice	Dezbateri	2 ore - OS
9.Proiectarea unei campanii de relații publice.	Dezbateri	2 ore - OS
10.Trenduri contemporane în campaniile de relații publice.	Dezbateri	2 ore - OS
11. Mesajul strategic de PR în era digitală.	Dezbateri	2 ore - OS
12.Coordonarea campaniilor de relații publice.	Dezbateri	2 ore - OS

<sup>6</sup> Idem 5

13. Implementarea campaniilor de relațiile publice.	Dezbateri	2 ore - OS
14. Evaluarea campaniilor de relații publice.	Dezbateri	2 ore - OS
Total activitate laborator		FF 14 ore OS 14 ore
<p>Bibliografie</p> <p><b>Bibliografie obligatorie</b></p> <p>1. Coman, C., <i>Relațiile publice. Principii și strategii</i>, Editura Polirom, Iași, 2001. (p.4-p.96)</p> <p>2. Dagenais, B., <i>Campania de relații publice</i>, Editura Polirom, Iași, 2003. (p.5-p.64)</p> <p>3. Dagenais, B., <i>Profesia de relaționist</i>, Editura Niculescu, București, 2005. (p.45-p.84)</p> <p>4. David, G., <i>Tehnici de relații publice</i>, Polirom, 2008. (p.5-p.70)</p> <p><b>Bibliografie recomandată</b></p> <p>1. Stancu, V., <i>Campanii de relații publice</i>, curs universitar online, SNSPA, 2020. (p.5-p.150)</p> <p>2. Dorling Kindersley Limited, <i>Cum să devii un bun PR</i>, Enciclopedia Rao, București, 2002. (p.78-p.90)</p> <p>3. Newsom, Doug, Turk, Judy Van Slyne, Kruckebey, Dean, <i>Totul despre relațiile publice</i>, Polirom, 2003. (p.11-p.36)</p> <p>4. Newsom, Doug, Carell, Bob, <i>Redactarea materialelor de relații publice</i>, Polirom, 2004 (p.78-p.88)</p>		

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

Conținutul disciplinei este în concordanță cu ceea ce se studiază în alte centre universitare din țară și reflectă tendințele contemporane de evoluție din sfera științelor comunicării, inclusiv în domeniul digitalizării și în noile media.

10. **Evaluare**

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs	Capacitatea de a dezvolta raționamente și de a utiliza adecvat aparatul conceptual	Activitate, participare la dezbateri	10%
10.5. Seminar/ Laborator/ Lucrări practice/ Proiect	Capacitatea de a dezvolta raționamente și de a utiliza adecvat aparatul conceptual	Activitate, participare la dezbateri	50%
10.6. Evaluare finală	Examen final		40%
10.7. Modalitatea de notare (calificativ sau notă): Notă			
10.8. Cunoașterea elementelor fundamentale de teorie, și practică comunicațională în relațiile publice.			

Data completării

Semnătura titularului  
de curs  
lect.univ.dr. Iulia Anghel

Semnătura titularului de lucrări  
practice  
lect.univ.dr. Iulia Anghel

Data avizării în departament

Semnătura directorului de  
departament  
lect.univ.dr. Iulia Anghel