

## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea „DANUBIUS” Galați
1.2 Facultatea	de Comunicare și Relații Internaționale
1.3 Departamentul	de Comunicare și Științe Politice
1.4 Domeniul de studii	Științe Administrative
1.5 Ciclul de studii <sup>1</sup>	Licență
1.6 Programul de studii / Calificarea	Asistenta manageriala si secretariat

### 2. Date despre disciplină

<b>2.1 Denumirea disciplinei</b>		<b>MARKETING PUBLIC</b>							
<b>2.2 Titularul activităților de curs</b>		Conf. univ.dr. Coriolan PAUNESCU							
<b>2.3 Titularul activităților de seminar</b>		Asist. univ.dr. Gabriela DURET							
<b>2.4 Anul de studiu</b>	III	<b>2.5 Semestrul</b>	I	<b>2.6 Tipul de evaluare</b>	E 5	<b>2.7 Regimul disciplinei<sup>2</sup></b>	Obl.	<b>2.8. Codul disciplinei</b>	Ams 3102

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar / laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar / laborator	28
<b>3.7 Distribuția fondului de timp</b>					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					41
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate și pe teren					25
Pregătire seminar / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					25
Tutoriat					3
Examinări					10
Alte activități ( participare sesiuni comunicări științifice, proiecte de cercetare ș.a.)					5
<b>3.8 Total ore de studiu individual</b>					<b>110</b>
<b>3.9 Total ore pe semestru</b>					<b>168</b>
<b>3.10 Numărul de credite</b>					<b>6</b>

### 4. Precondiții (acolo unde este cazul) (Se menționează disciplinele care trebuie studiate anterior.)

4.1 de curriculum	Introducere în relații publice, Relații publice sectoriale
4.2 de competențe	-

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

5.1 de desfășurare a cursului	- sală de curs, video-proiector, laptop, platforma e-learning <i>Danubius online</i> , internet	-
5.2 de desfășurare a seminarului / laboratorului	- sală de curs, video-proiector, laptop, platforma e-learning <i>Danubius online</i> , internet	-

### 6. Competențe specifice acumulate (Vizează competențele asigurate de programul de studiu din care face parte disciplina.)

<sup>1</sup> licență, masterat, doctorat

<sup>2</sup> obligatorie, opțională, facultativă

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>C3 Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în procesul de relații publice</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- definirea conceptelor, teoriilor, paradigmelor și metodologiilor utilizate în domeniul managementului relațiilor publice;</li> <li>- tratarea comunicării organizaționale și a publicului / audienței din perspectiva unor parametri specifici relațiilor publice;</li> <li>- utilizarea unor metode de cercetare pentru definirea problemelor de management organizațional și rezolvarea acestora prin modele de planificare specifice;</li> <li>- identificarea și utilizarea unor tehnici și indicatori relevanți pentru monitorizarea și evaluarea managementului organizațional;</li> <li>- elaborarea unui plan de comunicare eficientă în diferite situații organizaționale.</li> </ul> </li> </ul>
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> <li>- evaluarea critică a propriilor campanii pentru eficientizarea managementului organizațional;</li> <li>- autoevaluarea nevoii de formare profesională în domeniul managementului organizațional.</li> </ul>

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Disciplina Managementul relațiilor publice are ca obiectiv general formarea unei atitudini științifice cu privire la modalitățile în care comunicarea internă și externă trebuie planificată de către organizații.
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>• cunoașterea planurilor de acțiune ale unei organizații;</li> <li>• cunoașterea modului de definire corectă a unei probleme cu care se confruntă o organizație;</li> <li>• identificarea obiectivelor și sarcinilor unei campanii de relații publice;</li> <li>• descrierea tehnicilor și mijloacelor de comunicare organizaționale;</li> <li>• cunoașterea variabilelor și indicatorilor de evaluare a unui plan de relații publice.</li> </ul>

## 8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
- Politica de relații publice	prelegerea, analiza unor texte din bibliografie	4 ore
- Cercetarea pentru stabilirea cadrului de acțiune și pentru planificare	prelegerea, analiza unor texte din bibliografie	4 ore
- Identificarea problemei și gestionarea cererii. Prezentarea ofertei (produsului) organizației	prelegerea, analiza unor texte din bibliografie	4 ore
- Obiectivele planului de campanie de relații publice	prelegerea, analiza unor texte din bibliografie	4 ore
- Strategia campaniei de relații publice	prelegerea, analiza unor texte din bibliografie	4 ore
- Tehnicile de relații publice și suporturile utilizate	prelegerea, analiza unor texte din bibliografie	4 ore
- Evaluarea campaniei de relații publice	prelegerea, analiza unor texte din bibliografie	4 ore

### BIBLIOGRAFIE

#### Bibliografie minimală de studiu pentru studenți

Bordean, I. (2007). *Managementul relațiilor publice*, Editura Fundației Academice Danubius Galați.

Cmeciu, Camelia (2009). *Introducere în relații publice*. Bacău: Editura EduSoft.  
 Coman, Cristina (2001). *Relațiile publice – principii și strategii*. Iași: Polirom.  
 Gregory, Anne (2009). *Planificarea și managementul campaniilor de relații publice*. Ioana Manole (trad.). Iași: Polirom.  
 Newsom, Doug, VanSlyke Turk, Judy, Kruckeberg, Dean (2003). *Totul despre relații publice*. Traducere coordonată de Cristina Coman, Iași: Polirom.  
 Oliver, Sandra (2009). *Strategii de relații publice*. Miruna Andriescu (trad.). Iași: Polirom.  
 Wilcox, Dennis L., Cameron, Glen T., Ault, Philip H., Agee, Warren K. (2009a). *Relații publice. Principii și strategii*. Traducere colectivă. București: Curtea Veche.

#### **Bibliografie de elaborare a cursului**

Bordean, I. (2007). *Managementul relațiilor publice*, Editura Fundației Academice Danubius Galați.  
 Cmeciu, Camelia (2009). *Introducere în relații publice*. Bacău: Editura EduSoft.  
 Coman, Cristina (2001). *Relațiile publice – principii și strategii*. Iași: Polirom.  
 Dagenais, Bernard (2003). *Campania de relații publice*. R. Surugiu & G. Surugiu (trad), Iași: Polirom.  
 Green, Andy (2009). *Comunicarea eficientă în relațiile publice. Crearea mesajelor și relațiile sociale*. Iași: Polirom.  
 Gregory, Anne (2009). *Planificarea și managementul campaniilor de relații publice*. Ioana Manole (trad.). Iași: Polirom.  
 Newsom, Doug, VanSlyke Turk, Judy, Kruckeberg, Dean (2003). *Totul despre relații publice*. Traducere coordonată de Cristina Coman, Iași: Polirom.  
 Oliver, Sandra (2009). *Strategii de relații publice*. Miruna Andriescu (trad.). Iași: Polirom.  
 Rus, Flaviu-Călin (2009). *Campanii și strategii de PR*. Iași: Institutul European.  
 Vegheș Ruff, Iulian, Grigore, Bogdan (2003). *Relațiile publice și publicitatea online*. Iași: Polirom.  
 Wilcox, Dennis L., Cameron, Glen T., Ault, Philip H., Agee, Warren K. (2009a). *Relații publice. Principii și strategii*. Traducere colectivă. București: Curtea Veche.

8.2 Seminar / laborator	Metode de predare	Observații
Noțiunea de politică de relații publice. Rolul relațiilor publice în planificarea organizațională generală.	analiza unor texte din bibliografie, explicația, conversația euristică, dezbateră, brainstorming	4 ore
Folosirea cercetării pentru planificare, monitorizare și evaluare finală. Efectul ciclic.	analiza unor texte din bibliografie, explicația, conversația euristică, dezbateră, brainstorming	4 ore
Analiza critică a situației	analiza unor texte din bibliografie, explicația, conversația euristică, dezbateră, brainstorming	4 ore
Reguli de formulare a obiectivelor și criteriile de eficacitate	analiza unor texte din bibliografie, explicația, conversația euristică, dezbateră, brainstorming	4 ore
Formularea axei campaniei de relații publice	analiza unor texte din bibliografie, explicația, conversația euristică, dezbateră, brainstorming	4 ore
Strategii folosite în comunicarea internă	analiza unor texte din bibliografie, explicația, conversația euristică, dezbateră, brainstorming	4 ore
Stabilirea variabilelor și indicatorilor de evaluare	analiza unor texte din bibliografie, explicația, conversația euristică, dezbateră, brainstorming	4 ore

#### **BIBLIOGRAFIE**

Bordean, I. (2007). *Managementul relațiilor publice*, Editura Fundației Academice Danubius Galați.  
 Cmeciu, Camelia (2009). *Introducere în relații publice*. Bacău: Editura EduSoft.  
 Coman, Cristina (2001). *Relațiile publice – principii și strategii*. Iași: Polirom.  
 Gregory, Anne (2009). *Planificarea și managementul campaniilor de relații publice*. Ioana Manole (trad.). Iași: Polirom.  
 Newsom, Doug, VanSlyke Turk, Judy, Kruckeberg, Dean (2003). *Totul despre relații publice*. Traducere coordonată de Cristina Coman, Iași: Polirom.  
 Oliver, Sandra (2009). *Strategii de relații publice*. Miruna Andriescu (trad.). Iași: Polirom.  
 Wilcox, Dennis L., Cameron, Glen T., Ault, Philip H., Agee, Warren K. (2009a). *Relații publice. Principii și strategii*. Traducere colectivă. București: Curtea Veche.

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

- Participarea la redactarea materialelor de relații publice pentru diferite organizații publice și private.

## 10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Frecvență, parcurgerea bibliografiei, cunoașterea informației predate la curs	Examen scris	70%
10.5 Seminar / laborator	Frecvență, elaborarea unor referate, teme de casă, teste, participarea la dezbateri la seminar	Evaluare continuă	30%
<b>10.6 Standard minim de performanță</b>			
<ul style="list-style-type: none"><li>• cunoașterea în proporție de 60 % a informației predate la curs;</li><li>• activitate la seminar de 40 %.</li></ul>			

Data completării

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

Data avizării în departament

Semnătura directorului de departament

\_\_ / \_\_ / \_\_\_\_

\_\_\_\_\_