



## FI A DISCIPLINEI

## 1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea “Alexandru Ioan Cuza” din Iași
1.2 Facultatea	Facultatea de Filosofie și Științe Social-Politice
1.3 Departamentul	Științe ale Comunicării și Relații Publice
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii / Calificarea	Relații publice și publicitate / Specialist în relații publice

## 2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Comunicarea cu presa						
2.2 Titularul activităților de curs	conf.univ.dr. tefania Bejan						
2.3 Titularul activităților de seminar	Conf.univ.dr. tefania Bejan						
2.4 An de studiu	II	2.5 Semestrul	I	2.6 Tip de evaluare	VP	2.7 Regimul disciplinei	DO

## 3. Timpul total estimat (ore pe semestrul de activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar	28
3.7 Din care: Total ore <b>on-line</b>	0	din care: 3.8 <b>curs on-line</b>	0	din care: 3.9 <b>seminar on-line</b>	0
Distribuția fondului de timp					ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și altele					24
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					34
Tutoriat					6
Examinări					6
Alte activități					0
3.10 Total ore studiu individual					90
3.11 Total ore pe semestrul					146
3.12 Număr de credite					6

## 4. Precondiții (dacă este cazul)

4.1 De curriculum	Sistemul mass-media (anul I, semestrul I)
4.2 De competențe	–

## 5. Condiții (dacă este cazul)

5.1 De desfășurare a cursului	–
5.2 De desfășurare a seminarului	–

## 6. Competențe specifice acumulate

<b>Competențe profesionale</b>	<p>C1. Cunoașterea mecanismului colaborării dintre specialiștii în PR și cei ai mass-media</p> <p>C2. Înțelegerea gestionării informațiilor PR, prin intermediul presei, către publicul țintă comun ambelor domenii ale comunicării</p> <p>C3. Însușirea tehnicilor de iradiere din criză cu ajutorul jurnaliștilor</p> <p>C3.1. Cunoașterea specificului profesiei comunicatorului de masă</p> <p>C3.2. Redactarea textelor PR conform logicii jurnalistice</p> <p>C3.3 Capacitatea de a alege media necesare comunicării eficiente cu categorii de public, în vederea atingerii obiectivelor stabilite</p>
<b>Competențe transversale</b>	<p>CT1. Consilierea managerilor în probleme de comunicare intra și extraorganizațională</p> <p>CT2. Colaborarea cu partenerii media în scopul depășirii situațiilor de criză, la organizarea evenimentelor, în promovarea strategiilor PR</p> <p>CT3. Conceperea strategiilor de comunicare din perspectiva PR, exploatarea</p>



	profesionalism cunoștințele și abilitățile profesiei de jurnalist
--	---

<b>7. Obiectivele disciplinei</b> (din grila competențelor specifice acumulate)	
<b>7.1. Obiectivul general</b>	Înțelegerea și aplicarea strategiilor relaționiste de a stabili și întreține bune raporturi profesionale cu jurnaliștii și organizațiile mass-media
<b>7.2. Obiectivele specifice</b>	Distingerea strategiilor de relații publice proactive de cele reactive; Exersarea întocmirii textelor PR expediate jurnaliștilor spre diseminare Corelarea planificării comunicării cu presa –strategii de PR

### 8. Conținut

8.1	Curs	Metode de predare	Observații
1.	PR- misiune strategică, inclusiv în comunicarea organizațiilor cu reprezentanții mass-media	Descrierea Explicația Expunerea problematizată Conversația euristică	
2.	Necesitatea colaborării între specialistul PR și jurnalist		
3.	Teorii și cercetări cu privire la caracterul conflictual al acestor raporturi profesionale		
4.	Nevoia mass-media de strategii specializate în PR pentru propria imagine		
5.	Vizualizarea profesiei de specialist PR în relația cu mass-media (studii de caz)		
6.	Exigențe (concepere, stil, legislație etc.) în redactarea textelor PR specifice comunicării cu presa		
7.	Trensurile și rolul purtătorului de cuvânt		
8.	Comunicarea cu presa în situații de criză		
9.	Dosarul de presă (structură, tipologie, utilitate)		
10.	Conferința de presă, „regalul” dialogului jurnaliști - specialiști în PR		
11.	Texte specifice PR în comunicarea cu presa: e-mail, comunicat de presă, scrisoare-propunere, scrisoare către editor, drept la replică		
12.	Instrumente indispensabile colaborării PR- jurnalist: revista presei, fișierele de presă, istoricul organizației, vizita și voiajul de presă		
13.	<i>Backgrounder</i> și <i>position papers</i> - surse, oportunități, consecințe. Greșeli frecvente comise de specialistul PR în colaborarea cu reprezentanții mass-media		
14.	Texte de PR în relația profesională cu presa: propunerea și raportul de activitate		

**Bibliografia**

- Horea Mihai B d u, *Tehnici de comunicare în Social Media*, Polirom, Ia i, 2011
- Philippe Cabin, Jean-François Dortier, *Comunicarea. Perspective actuale*, Polirom, Ia i, 2010;
- Cristina Coman, *Rela iile publice i mass-media*, Polirom, Ia i, 2004;
- C. Coman, *Comunicarea de criz . Tehnici i strategii*, Polirom, Ia i, 2009;
- Bernard Dagenais, *Profesia de rela ionist*, Polirom, Ia i, 2002;
- B. Dagenais, *Campania de rela ii publice* , Polirom, Ia i, 2003;
- George David, *Tehnici de relatii publice. Comunicarea cu mass-media*, Ed. Polirom, Iasi, 2008;
- Andy Green, *Comunicarea eficient în rela iiile publice. Crearea mesajelor și rela iiile sociale*, Polirom, Ia i, 2009;
- Thierry Libaert, *Planul de comunicare. Cum s -ți definești și să-ți organizezi strategia de comunicare*, Polirom, Ia i, 2009;
- Jean Lohisse, *Comunicarea. De la transmiterea mecanic la interac iune*, Polirom, Ia i, 2002;
- Alex Mucchielli, *Comunicarea în institu ii și organiza ii*, Polirom, Ia i, 2008;
- D. Newson,, Judy VanSlyke Turk , Dean Kruckeberg, *Totul despre rela ii publice*, Polirom, Ia i, 2003;
- D. Newson, B. Carrel, *Redactarea materialelor de rela ii publice*, Polirom, Ia i, 2004:
- D.Newson, Jim Haynes, *Redactarea materialelor de rela ii publice*, Polirom, Ia i, 2011;
- Sandra Oliver, *Strategii de rela ii publice*, Polirom, Ia i, 2009.

8.2	Seminar	Metode de predare	
1.	Redactarea unei invita ii	Explica ia Observa ia participativ Dialogul	. Studentul particip la discu iile de seminar (dup audierea temelor celorlal i și în seminariile cu dezbateri pe teme convenite de grupul de studen i-profesor). -Studentul concepe i redacteaz textele cu specific rela ionist necesare în raporturile profesionale cu presa
2.	Redactarea scrisorii de motiva ie		
3.	Realizarea pozi iei organiza iei		
4.	Conceperea i redactarea discursului managerului general pentru conferin a de presă		
5.	Conceperea și analiza unei declara ii de presă		
6.	Organizarea unei conferin e de presă, cu asumarea fiecărui rol circumscris acestui eveniment		
7.	Întocmirea backrounder pentru o organiza ie		
8.	Conceperea unui raport de activitate		
9.	Întocmirea dosarului de pres (tip eveniment, carte de vizit etc.)		
10.	Realizarea revistei presei (prin decupare, prin selec ie, prin problematizare, cronologic...)		
11.	Redactarea scrisorii c tre editor i a dreptului la replic		
12.	Întocmirea fi ierului de pres		
13./ 14	Realizarea istoricului organiza iei Redactarea comunicatului de pres		

**Bibliografie**

Acee i bibliografie indicat la curs



### 9. Coroborarea coninutului disciplinei cu activitățile reprezentative ale comunității, asociațiilor profesionale și angajatorilor reprezentativi din domeniul relațiilor publice

Frecventarea cursului și laboratorului de „comunicare cu presa” îi aduce pe studenți în postura de a cunoaște domeniul mass-media și din perspectiva interrelaționării celor două profesii ale comunicării (PR și jurnalism) și, în consecință, de a colabora cu colegii (rivalii) din presă, servind adesea nu doar propriilor obiective și strategii, ci și aceluiași public. Finalitatea devine aceea de a practica, imediat după absolvirea facultății, în organizațiile și domeniile comunicării (PR, publicitate, mass-media).

### 10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere în nota final (%)
10.4 Curs	<p>Capacitatea de a cunoaște și să pînă instrumentele de comunicare extra-organizațională</p> <p>Capacitatea de a analiza poziția presei în raport cu specialiștii PR (deconstruirea mitului manipulării publicului prin comunicarea de tip PR)</p> <p>Capacitatea de a documenta și analiza exponenții ai domeniului PR (purători de cuvânt, efecții ai unor campanii de comunicare, consilieri, foști jurnaliști convertiți la PR, politică, administrație...) din perspectiva prestației lor profesionale</p> <p>Realizarea corelațiilor între profesionalismul comunicatorilor specializați în mass-media sau PR și atingerea obiectivelor organizaționale</p>	Verificare pe parcurs	50%
10.5 Seminar	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prezența obligatorie și activă la 7 din 14 seminarii;</li> <li>- Activitatea de seminar : prezentarea unor texte alese sau impuse; redactarea textelor PR conform logicii jurnalistice; susținerea opiniilor, exemplificarea, completarea, corijarea la analiza textelor cu specific PR</li> </ul>	<p>Monitorizarea prezențelor (acordarea unui bonus pentru prezențele care, numeric, le depășesc pe cele impuse de regulamentul universității)</p> <p>Evaluarea textelor PR destinate comunicării cu presa (realizate în afara orelor de seminar)</p> <p>Evaluarea textelor jurnalistice și de PR redactate la seminar</p>	50 %
<p><b>10.6 Standard minim de performanță :</b> Îndeplinirea criteriilor de evaluare la nivelul impus de regulamentul universității (min. nota 5 la fiecare dintre activitățile stabilite pentru nota finală). Participarea activă la min. 7 seminarii.</p>			

Data completării

Titular de curs

Titular de seminar

24.09.2022

conf.univ.dr. tefania Bejan

conf.univ.dr. tefania Bejan



Data avizării în departament  
XX.09.2022

Director de departament  
conf.univ.dr. Gheorghe Ilie Fârte