

**FIȘA 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	DEPARTAMENTUL DE ȘTIINȚE ALE COMUNICĂRII ȘI RELATII PUBLICE
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii / Calificarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Comunicare cu presa						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf. Dr. STEFANIA BEJAN						
2.3 Titularul activităților de seminar	Conf. Dr. STEFANIA BEJAN						
2.4 An de studiu	II	2.5 Semestrul	III	2.6 Tip de evaluare*	V	2.7 Regimul disciplinei**	Ob

*E – Examen / C – Colocviu / V – Verificare

**OB – Obligatoriu / OP – Opțional / F – Facultativ

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp					ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și altele					50
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					14
Pregătire seminare/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Tutoriat					4
Examinări					6
Alte activități					0
3.7 Total ore studiu individual*					94
3.8 Total ore pe semestru					150
3.9 Numărul de credite					6

4. Precondiții - De curriculum (dacă este cazul)

Sistemul mass-media

5. Condiții (dacă este cazul)

5.1 De desfășurare a cursului	
5.2 De desfășurare a seminarului/ laboratorului	

6. Obiective

La finalizarea cu succes a acestei discipline, studenții vor fi capabili :

- Să distingă între diferite principii și strategii de comunicare specifice în varii contexte de comunicare (elaborarea politicilor publice, promovarea imaginii organizaționale, rezolvarea crizelor etc.
- Să conceapă și să redacteze texte de PR conforme logicii media, demne de a fi expediate jurnaliștilor spre diseminare
- Să identifice „jocul” opiniei publice în spațiul public (elemente care determină percepțiile, opiniile, în funcție de unghiul de abordare mediatic, de tendințele și expectațiile publicului).

7. Competențe/Rezultate ale învățării

- Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării
- Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în procesul de relații publice
- Realizarea și promovarea unui produs de relații publice
- Rezolvarea în mod realist – cu argumentare atât teoretică, cât și practică – a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora
- Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipă multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice

8. Conținut

8.1 Curs	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
1.PR- misiune strategică, inclusiv în comunicarea organizațiilor cu reprezentanții mass-media	Descrierea Explicația Expunerea problematizată Conversația euristică	2 ore; (7, 8, 15)
2.Necesitatea colaborării între specialistul PR și jurnalist	Descrierea Explicația Expunerea problematizată Conversația euristică	2 ore; (7, 8,12)
3.Teorii și cercetări cu privire la caracterul conflictual al acestor raporturi profesionale	Descrierea Explicația Expunerea problematizată Conversația euristică	2 ore; (3, 4, 12)
4.Nevoia mass-media de strategii și specialiști în PR pentru propria imagine	Descrierea Explicația Expunerea problematizată Conversația euristică	2 ore; (3, 5, 6)

5.Vizualizarea profesiei de specialist PR în relația cu mass-media (studii de caz)	Descrierea Explicația Expunerea problematizată Conversația euristică	2 ore; (5, 6)
6.Exigențe (concepere, stil, legislație etc.) în redactarea textelor PR specifice comunicării cu presa	Descrierea Explicația Expunerea problematizată Conversația euristică	2 ore; (7,12,14)
7.Trăsăturile și rolul purtătorului de cuvânt	Descrierea Explicația Expunerea problematizată	2 ore; (5,7)
8.Comunicarea cu presa în situații de criză	Descrierea Explicația	2 ore; (3, 4, 12, 14, 18)
9.Dosarul de presă (structură, tipologie, utilitate)	Descrierea Explicația	2 ore; (3, 4, 13, 14)
10.Conferința de presă, „regalul” dialogului jurnaliști - specialiști în PR	Descrierea Explicația	2 ore; (3, 4, 13,14)
11.Texte specifice PR în comunicarea cu presa: e-mail, comunicat de presă, scrisoare-propunere, scrisoare către editor, drept la replică	Descrierea Explicația	2 ore; (3, 4,7, 12, 14)
12.Instrumente indispensabile colaborării PR-jurnalist: revista presei, fișierele de presă, istoricul organizației, vizita și voiajul de presă	Descrierea Explicația	2 ore; (3, 7, 14)
13.Backgrounder și position papers - surse, oportunități, consecințe. Greșeli frecvente comise de specialistul PR în colaborarea cu reprezentanții mass-media	Descrierea Explicația Expunerea problematizată	2 ore; (7,12,14)
14.Texte de PR în relația profesională cu presa: propunerea și raportul de activitate	Descrierea Explicația Expunerea problematizată	2 ore ; (7, 12)

Bibliografie

1. Horea Mihai Bădău, Tehnici de comunicare în Social Media, Polirom, Iași, 2011
2. Philippe Cabin, Jean-François Dortier, Comunicarea. Perspective actuale, Polirom, Iași, 2010;
3. Cristina Coman, Relațiile publice și mass-media, Polirom, Iași, 2004;
4. C. Coman, Comunicarea de criză. Tehnici și strategii, Polirom, Iași, 2009;
5. Bernard Dagenais, Profesia de relaționist, Polirom, Iași, 2002;
6. B. Dagenais, Campania de relații publice , Polirom, Iași, 2003;
7. George David, Tehnici de relații publice. Comunicarea cu mass-media, Ed. Polirom, Iași, 2008;
8. Andy Green, Comunicarea eficientă în relațiile publice. Crearea mesajelor și relațiile sociale, Polirom, Iași, 2009;
9. Thierry Libaert, Planul de comunicare. Cum să-ți definești și să-ți organizezi strategia de comunicare, Polirom, Iași, 2009;
10. Jean Lohisse, Comunicarea. De la transmiterea mecanică la interacțiune, Polirom, Iași, 2002;
11. Alex Mucchielli, Comunicarea în instituții și organizații, Polirom, Iași, 2008;
12. D. Newson,, Judy VanSlyke Turk , Dean Kruckeberg, Totul despre relații publice, Polirom, Iași, 2003;
13. D. Newson, B. Carrel, Redactarea materialelor de relații publice, Polirom, Iași, 2004;
14. D.Newson, Jim Haynes, Redactarea materialelor de relații publice, Polirom, Iași, 2011;
15. Sandra Oliver, Strategii de relații publice, Polirom, Iași, 2009 ;
16. Robert H.Gaas, John S.Seiter, Manual de persuasiune, Ed.Polirom, Iași, 2009;

17. Charles U. Larson, Persuasiunea. Receptare și responsabilitate, Ed. Polirom, Iași, 2003;
18. Cristina Coman, Relațiile publice. Principii și strategii, Ed. Polirom, Iași, 2001;
19. Joe Marconi, Ghid practic de Relații Publice, Ed. Polirom, Iași, 2007.

8.2 Seminar / Laborator	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
1.Redactarea scrisorilor (de recomandare, de intenție)	Explicația Observația participativă Dialogul	2 ore; (7,14)
2.Redactarea comunicatului de presă	Explicația Dialogul	2 ore; (3, 7, 14)
3.Conceperea și redactarea discursului managerului general pentru conferința de presă	Explicația Dialogul	2 ore; (14)
4.Organizarea unei conferințe de presă, cu asumarea fiecărui rol circumscris acestui eveniment	Explicația	2 ore; (3, 7, 14);
5.Întocmirea dosarului de presă (tip eveniment, carte de vizită, prilejuit de conferința de presă)	Explicația Dialogul	2 ore; (3, 7,14)
6.Întocmirea articolului de presă pentru promovarea organizației	Explicația Dialogul	2 ore; (7, 14)
7.Întocmirea backrounder pentru o organizație	Explicația Dialogul	2 ore; (14)
8.Conceperea și analiza unei scrisori- propunere	Explicația	2 ore; (7,14)
9.Realizarea poziției organizației	Explicația Dialogul	2 ore; (7, 14)
10.Redactarea scrisorii către editor	Explicația Dialogul	2 ore; (7)
11.Redactarea dreptului la replică	Explicația Dialogul	2 ore; (7)
12.Realizarea revistei presei (prin decupare, prin selecție, prin problematizare, cronologic...)	Explicația Dialogul	2 ore; (3,14)
13.Întocmirea fișierului de presă	Explicația Dialogul	2 ore; (3,14)
14.Realizarea raportului de activitate al organizației	Explicația Dialogul	2 ore; (12, 14)

Bibliografie
1. Horea Mihai Bădău, Tehnici de comunicare în Social Media, Polirom, Iași, 2011
2. Philippe Cabin, Jean-François Dortier, Comunicarea. Perspective actuale, Polirom, Iași, 2010;
3. Cristina Coman, Relațiile publice și mass-media, Polirom, Iași, 2004;
4. C. Coman, Comunicarea de criză. Tehnici și strategii, Polirom, Iași, 2009;
5. Bernard Dagenais, Profesia de relaționist, Polirom, Iași, 2002;
6. B. Dagenais, Campania de relații publice , Polirom, Iași, 2003;
7. George David, Tehnici de relatii publice. Comunicarea cu mass-media, Ed. Polirom, Iasi, 2008;
8. Andy Green, Comunicarea eficientă în relațiile publice. Crearea mesajelor și relațiile sociale, Polirom, Iași, 2009;

9. Thierry Libaert, Planul de comunicare. Cum să-ți definești și să-ți organizezi strategia de comunicare, Polirom, Iași, 2009;
10. Jean Lohisse, Comunicarea. De la transmiterea mecanică la interacțiune, Polirom, Iași, 2002;
11. Alex Mucchielli, Comunicarea în instituții și organizații, Polirom, Iași, 2008;
12. D. Newson,, Judy VanSlyke Turk , Dean Kruckeberg, Totul despre relații publice, Polirom, Iași, 2003;
13. D. Newson, B. Carrel, Redactarea materialelor de relații publice, Polirom, Iași, 2004;
14. D.Newsom, Jim Haynes, Redactarea materialelor de relații publice, Polirom, Iași, 2011;
15. Sandra Oliver, Strategii de relații publice, Polirom, Iași, 2009 ;
16. Robert H.Gaas, John S.Seiter, Manual de persuasiune, Ed.Polirom, Iași, 2009;
17. Charles U. Larson, Persuasiunea. Receptare și responsabilitate, Ed. Polirom, Iași, 2003;
18. Cristina Coman, Relațiile publice. Principii și strategii, Ed. Polirom, Iași, 2001;
19. Joe Marconi, Ghid practic de Relații Publice, Ed. Polirom, Iași, 2007.

9. Coroborarea conținutului disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității, asociațiilor profesionale și angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului

Frecventarea cursului și seminarului 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, mass-media).

10. Evaluare

10.1 Evaluare continuă		Pondere (min. 30%)	100	
Curs	Forma de evaluare		Verificare scrisă	
	Pondere		50	
	Nepromovarea Evaluării continue determină nepromovarea Evaluării finale		Da	
	Metode de evaluare			
		Detalii	Pondere	cu reexaminare
		Test	50	Da
		Verificare scrisă periodică	50	Da
Seminar / Laborator	Forma de evaluare		Verificare mixtă	
	Pondere		50	
	Nepromovarea Evaluării continue determină nepromovarea Evaluării finale		Da	
	Metode de evaluare			
		Detalii	Pondere	cu reexaminare
		Referat	20	Nu
		Verificare practică periodică	40	Nu
Portofoliu		40	Nu	

10.2 Mențiuni (situații speciale în evaluare)

Studentii care nu pot prezenta referatul de specialitate la data stabilită îl pot susține în săptămâna următoare. Prezentarea /predarea portofoliului de echipă va avea loc în a doua jumătate a semestrului, dar nu mai târziu de săptămâna 13. Cele două teste scrise pentru evaluarea la secțiunea „curs” vor fi susținute în săptămânile 6 și 12 din semestru.

10.3 Standard minim de performanță

Prezența la min. 7 întâlniri de curs și 9 întâlniri de seminar. Îndeplinirea criteriilor de evaluare la nivelul impus de regulamentul universității (min. nota 5 la fiecare dintre activitățile stabilite pentru nota finală: cele două verificări scrise și activitatea de seminar).

Data completării, 22.09.2025	Titular de curs, Conf. Dr. STEFANIA BEJAN	Titular de seminar, Conf. Dr. STEFANIA BEJAN
---	--	---

Data avizării în departament, 25.09.2025	Director de departament, Conf. Dr. DANIEL-RARES OBADA
---	--