

**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	Practica de specialitate II						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf. Dr. STEFANIA BEJAN/ Lect. Dr. TUDOREL-CONSTANTIN RUSU/ Asist. ALEXANDRA NICULINA GHERGUT - BABII/ Asist. GABRIELA POLEAC						
2.3 Titularul activităților de seminar							
2.4 An de studiu	II	2.5 Semestrul	IV	2.6 Tip de evaluare*	C	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	0	3.3 seminar/laborator	4
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	3.5 curs	0	3.6 seminar/laborator	56
Distribuția fondului de timp					ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și altele					20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					10
Pregătire seminare/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					25
Tutoriat					6
Examinări					8
Alte activități					0
3.7 Total ore studiu individual*					69
3.8 Total ore pe semestru					125
3.9 Numărul de credite					5

4. Precondiții - De curriculum (dacă este cazul)

Nu este cazul.

5. Condiții (dacă este cazul)

5.1 De desfășurare a cursului	Nu este cazul.
5.2 De desfășurare a seminarului/ laboratorului	Nu este cazul.

6. Obiective

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

- Să observe și să analizeze structura și funcționarea redacțiilor de presă ori ale angajaților cu sarcini de comunicare internă și externă din organizația / instituția primitoare;
- Să observe și să analizeze felul cum realizează un produs de comunicare, de la identificarea nevoii / comenzii etc., la rezultatul final;
- Să participe la realizarea activităților curente de comunicare din instituțiile în care studenții își desfășoară activitatea de practică.

7. Competențe/Rezultate ale învățării

- Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare
- Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în procesul de relații publice
- Realizarea și promovarea unui produs de relații publice
- Studenții vor avea abilitatea de a stabili relații funcționale cu diverse persoane, grupuri informale, organizații neguvernamentale, instituții publice sau companii
- Studenții vor avea abilitatea de a participa ca tehnician la conceperea și implementarea unor strategii și campanii de comunicare

8. Conținut

8.1 Curs	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
----------	-------------------	--

Bibliografie

8.2 Seminar / Laborator	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
Observarea organizației / instituției în care se desfășoară activitatea de practică	Observația participativă Conversația Explicația	4 ore; (2)
Identificarea elementelor comune cu organizații similare/ a elementelor care conferă unicitate	Observația participativă Conversația Explicația	4 ore; (2)

Analiza organigramei organizației-gazdă pentru identificarea componentelor aparținând comunicării intra și extraorganizaționale	Observația participativă Conversația Explicația	4 ore; (3)
Studiul istoricului organizației în vederea analizei evenimentelor de succes/ de criză	Observația participativă Conversația Explicația	4 ore; (5)
Propunerea unor direcții și canale de comunicare cu publicul țintă extraorganizațional	Observația participativă Conversația Explicația	4 ore; (7)
Observarea departamentului de comunicare: structură, componență, politici de PR	Observația participativă Conversația Explicația	4 ore; (7)
Analiza postului de manager al departamentului de comunicare: poziția în organizație, roluri și responsabilități	Observația participativă Conversația Explicația	4 ore; (3)
Fișa postului unui purtător de cuvânt din instituția primitoare în contextul digitalizării	Observația participativă Conversația Explicația	4 ore; (10)
Prezentarea principalelor activități de comunicare (jurnalism// relații publice / publicitate etc.) performate de compartimentele specializate ori de angajații specializați / desemnați să le realizeze	Observația participativă Conversația Explicația	4 ore; (4)
Analiza principalelor activități de comunicare (jurnalism / relații publice / publicitate etc.) realizate de compartimentele specializate ori de angajații specializați / desemnați să le realizeze în contextul digitalizării	Observația participativă Conversația Explicația	4 ore; (8)
Identificarea tehnicilor de comunicare folosite în activitățile din domeniu la locul de efectuare a practicii de specialitate	Observația participativă Conversația Explicația	4 ore; (2) (1)
Analizarea instrumentelor de comunicare folosite în activitățile din domeniu (articole, comunicate de presă, buletine informative, afișe, broșuri etc.)	Observația participativă Conversația Explicația	4 ore; (6)
Propunerea unor strategii de comunicare în acord cu expectațiile publicului utilizator al New Media	Observația participativă Conversația Explicația	4 ore; (9)
Analiza temelor realizate la solicitarea specialiștilor/ departamentelor de comunicare din organizațiile care oferă stagii de practică	Observația participativă Conversația Explicația	4 ore; (6)

Bibliografie
(1) Brown, Rob, Public Relations and Social Web: How to use social media and web 2.0 in communications, Kogan Page Publishers, London and Philadelphia, 2009.
(2) Cabin, Philippe, Dortier, Jean-François (coord.), Comunicarea. Perspective actuale, Editura Polirom, Iași, 2010.
(3) Coman, Cristina, Comunicarea de criză. Tehnici și strategii, Editura Polirom, Iași, 2009.
(4) Drewniany, Bonnie L., Jewler, Jerome A., Strategia creativă în publicitate, Editura Polirom, Iași, 2009.
(5) Mucchielli, Alex, Comunicarea în instituții și organizații, Editura Polirom, Iași, 2008.
(6) Newsom, Doug, Haynes, Jim, Redactarea materialelor de relații publice, Editura Polirom, Iași, 2011.

- (7) Newsom, Doug, VanSlykeTurk, Judy, Kruckeberg, Dean, Totul despre relațiile publice, Editura Polirom, Iași, 2003.
- (8) Shone, Anton, Parry, Bryn, Successful event management. A PracticalHandbook. Secondedition, South-Western CENGAGE Learning, Andover, 2004.
- (9) Susskind, Jamie, Politica viitorului. Tehnologia digitală și societatea, Ed. Corint, Buc., 2019 ;
- (10) Thompson, J. D., Weldon, J. 2022. Content production for digital media: An introduction. Singapore: Springer.

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

Conținutul activităților practice este astfel conceput încât studenții să-și perfecționeze competențele necesare îndeplinirii sarcinilor specifice meseriilor din domeniu în mod profesionist. Totodată, studenții sunt ajutați să-și însușească o parte a cunoștințelor și abilităților necesare, urmărind ceea ce se întâmplă pe o piață competitivă și în continuă dezvoltare. Aspectele întâlnite sunt menite să îi pregătească pe studenți pentru situațiile concrete pe care le vor întâlni în calitate de practicieni în domeniul comunicării (jurnalism, publicitate și relații publice)

10. Evaluare

10.1 Evaluare continuă		Pondere (min. 30%)	50	
Curs	Forma de evaluare			
	Pondere		0	
	Nepromovarea Evaluării continue determină nepromovarea Evaluării finale			
	Metode de evaluare			
		Detalii	Pondere	cu reexaminare
Seminar / Laborator	Forma de evaluare		Verificare scrisă	
	Pondere		100	
	Nepromovarea Evaluării continue determină nepromovarea Evaluării finale			
	Metode de evaluare			
		Detalii	Pondere	cu reexaminare
		Portofoliu	50	Da
		Verificare practică periodică	30	Da
	Verificare orală periodică	20	Da	
10.2 Evaluare finală		Pondere (max. 70%)	50	
		Forma de evaluare	Verificare practică finală	

10.3 Mențiuni (situații speciale în evaluare)

Portofoliu de specialitate în baza cărui se va face evaluarea trebuie să cuprindă în mod OBLIGATORIU toate documentele menționate mai jos.

10.4 Standard minim de performanță

Elaborarea unui portofoliu de specialitate, care să conțină:

(a) Acordul de practică semnat de Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” din Iași și organizația-partener pentru practica de specialitate

(b) Convenția încheiată între student și organizația care îl acceptă în stagiul de practică

(c) Adeverința de la locul de practică

(d) Certificatul acordat de mentor

(e) Anexa III (numită, conform Metodologiei FFSSP privind practica de specialitate, „portofoliu”), în care se regăsesc sarcinile de comunicare îndeplinite de masterandul în stagiul, observațiile mentorului cu privire la acestea, semnătura mentorului și a profesorului responsabil de practica masteranzilor – garanție a îndeplinirii tuturor sarcinilor primite de masterand în timpul stagiului – referat de prezentare a principalelor activități desfășurate de fiecare student în timpul activității de practică (sunt atașate toate dovezile de tipul: fotografii, afișe, cataloage, comunicate de presă, invitații, discursuri, postări etc.).

Data completării, 22.09.2025	Titular de curs, Conf. Dr. STEFANIA BEJAN/ Lect. Dr. TUDOREL-CONSTANTIN RUSU/ Asist. ALEXANDRA NICULINA GHERGUT - BABII/ Asist. GABRIELA POLEAC	Titular de seminar, -
---	--	----------------------------------

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