

**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	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	Comunicare și relații publice / Specialist în relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Managementul relațiilor publice				
2.2 Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Daniel-Rareș Obadă				
2.3 Titularul activităților de seminar	Drd. Andreea Gabriela Bărbieru				
2.4 An de studiu	II	2.5 Semestrul	III	2.6 Tip de evaluare	E
2.7 Regimul disciplinei*					Ob

*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					
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					30
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					6
Tutoriat					28
Examinări					2
Alte activități					3

3.7 Total ore studiu individual	69
3.8 Total ore pe semestru	125
3.9 Numărul de credite	5

4. Precondiții (dacă este cazul)

4.1 De curriculum	Fundamente ale relațiilor publice
4.2 De competențe	-

5. Condiții (dacă este cazul)

5.1 De desfășurare a cursului	Pentru derularea în bune condiții a cursului este necesar un comportament civilizat al studenților și al profesorului, iar adresarea trebuie să fie una politicoasă. Intervențiile studenților, sub formă de întrebări, se anunță prin semnalarea intenției, iar răspunsurile vor fi oferite imediat sau la finalul prelegerii. Studenții trebuie să păstreze liniștea, pe tot timpul cursului. Acesta se frecventează efectiv.
5.2 De desfășurare a seminarului/ laboratorului	Studenții au misiunea de a se implica în realizarea tuturor activităților de seminar, individual sau în echipă, în funcție de cerințele profesorului. Respectul, comportamentul etic și civilizat față de colegi și față de profesor sunt absolut necesare pe parcursul desfășurării activităților.

**6. Competențe specifice acumulate**

Competențe profesionale	CP1. Elaborează strategii de relații publice CP29. Elaborează strategia mediatică CP44. Identifică indicatori-cheie de performanță CP50. Gestionează relațiile cu părțile interesate CP55. Exerciță față de colegi leadership orientat către rezultate CP58. Stabilește calendarul campaniei CP62. Gestionează bugete CP71. Implementează planificarea strategică CP73. Recrutează angajați CP77. Asigură managementul de proiect
Competențe transversale	CT2. Gândește analitic CT4. Oferă consiliere altora CT11. Se adresează unui public CT15. Instruiește pe ceilalți CT25. Lucrează eficient CT36. Identifică probleme CT38. Deleagă responsabilități CT41. Construiește spirit de echipă CT52. Își asumă responsabilitatea CT58. Ia decizii CT64. Îi motivează pe alții

7. Obiectivele disciplinei (din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general	O1: Să favorizeze dobândirea de competențe manageriale de către studentul, pentru a identifica la timp problemele specific manageriale, consecințele acestora asupra performanței individuale și organizaționale. O2: Să mărească capacitatea studenților de a lua decizii de tip managerial (a identifica soluțiile și instrumentele necesare pentru evitare/rezolvare).
7.2 Obiectivele specifice	La finalizarea cu succes a acestei discipline, studenții vor fi capabili să: • analizeze strategic o situație organizațională și să aplice funcțiile manageriale, să formuleze și implementeze planurile, strategiile și instrumentele manageriale din sfera relațiilor publice într-un context economico-politic și social dat; • elaboreze strategii de relații publice eficiente; • utilizeze indicatori-cheie de performanță pentru a evalua gradul de îndeplinire a obiectivelor de PR; • planifice corect un program de relații publice; • reprezinte organizația în relație cu diverse categorii de publicuri vizate și ceilalți actori sociali; • acționeze adecvat din punct de vedere comunicațional în diverse cazuri de criză organizațională; • comunice și să coordoneze angajații implicați în activitatea de relații publice, să-i motiveze și să-i orienteze spre atingerea obiectivelor; • adopte un stil de management adecvat în relație cu angajații din subordine și să utilizeze un comportament bazat pe competență managerială; • se folosească resursele organizației în mod eficient pentru rezolvarea problemelor de PR; • să adopte un comportament în concordanță cu standardele profesionale manageriale recunoscute.

8. Conținut

8.1	Curs	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
1.	Leaderi, manageri, întreprinzători	• Expunerea problematizată • Discuția • Observația dirijată • Observația independent • Explicația • Jocul de rol • Simularea	2 ore; [1] / [2] / [3] / [5]
2.	Funcțiile managementului: planificare, organizare, coordonare-antrenare, control		2 ore; [1] / [2]
3.	Cultura organizațională a firmelor și cultura națională		2 ore; [2] / [8]
4.	Etica în afaceri		2 ore; [2] / [4]
5.	Planificarea în management. Planificarea programelor și campaniilor de PR		2 ore; [1] / [2] / [3] / [6] / [12]
6.	Strategii manageriale ale firmelor din domeniul relațiilor publice		2 ore; [2]



7.	Strategii de relații publice proactive	2 ore; [1] / [3] / [12] / [13]
8.	Strategii de relații publice reactive	2 ore; [1] / [3] / [12] / [13]
9.	Decizii de management: definiții. Tipuri de decizii	2 ore; [1] / [2]
10.	Funcția de organizare și structuri organizatorice de management. Organizare – posturi, funcții, autoritate și responsabilitate	2 ore; [2]
11.	Coordonare – antrenare. Managementul resurselor umane: sfera de activitate, recrutare, selecție, evaluare	2 ore; [2]
12.	Motivația pentru muncă	2 ore; [2]
13.	Leadership	2 ore; [1] / [2] / [3] / [5]
14.	Controlul managerial în PR	2 ore; [1] / [2]

Bibliografie

- Obadă, Daniel-Rareș și Gheorghe-Ilie Fârte, *Principiile și managementul relațiilor publice*, Tritonic, 2024.
- Nica, Panaite ș.a., *Managementul organizației. Concepte și practici*, Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza” din Iași, Iași, 2019.
- Smith Ronald D., *Strategic Planning for Public Relations*. 5th edition. Routledge, New York, 2017.
- Agheorghiesei Corodeanu, D.T., *Etică în Administrația Publică. O abordare managerială*, Ed. Tritonic, București, 2013; Corodeanu, D.T., *Management. Etică în Administrația Publică*, Ed. Tehnopress, Iași, 2007.
- Chip R. Bell, *Manageri și mentori*, Editura Curtea Veche, București, 2010.
- Oliver Sandra, *Strategii de relații publice*, Editura Polirom, Iași, 2009.
- Green Andy, *Comunicarea eficientă în Relațiile Publice*, Editura Polirom, Iași, 2009.
- Dygert Charles, Jacobs Richard, *Managementul culturii organizaționale*, Editura Polirom, Iași, 2006.
- Coman Cristina, *Comunicarea de Criză*, Editura Polirom, Iași, 2009.
- Wilcox, Dennis L., ș. a., *Relații publice. Strategii și tactici*, Editura Curtea Veche, București, 2009.
- Gregory Anne, *Planificarea și managementul campaniilor de relații publice*, Editura Polirom, Iași, 2009.
- Dagenais, Bernard, *Campania de relații publice*, Editura Polirom, Iași, 2003.
- Newsom Dog, ș.a., *Totul despre Relațiile Publice*, Editura Polirom, Iași, 2003.

8.2	Seminar / Laborator	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
1.	Manageri, întreprinzători, lideri <i>Temă individuală</i> : realizați o analiză comparativă între un manager, un întreprinzător și un lider care activează într-o agenție de relații publice. <i>Temă de grup</i> : prezentați managerul / întreprinzătorul / liderul unei organizații pentru care intenționați să concepeți un program de PR.		2 ore; [1] / [2] / [3] / [5]
2.	Stabilire misiune, obiective seminar (nota previzionată) și proiect (obiective proiect etc.) <i>Temă individuală</i> : elaborați un obiectiv de notă (S.M.A.R.T.) pe care vi-l propuneți la disciplina <i>Managementul relațiilor publice</i> . <i>Temă de grup</i> : analizați misiunea, viziunea și obiectivele unei organizații pentru care veți concepe planul unei campanii de PR.	• Expunerea problematizată • Discuția • Observația dirijată • Observația independentă • Explicația • Simularea	2 ore; [1] / [2]
3.	Strategii (pot fi și pentru a obține rezultatele previzionate la seminar): descrierea strategiilor firmei / organizației studiate <i>Temă individuală</i> : prezentați schematic elementele culturii organizaționale pentru o agenție de PR pe care ați dori să o lansați în calitate de tânăr antreprenor. <i>Temă de grup</i> : raportându-vă la organizația aleasă, analizați și descrieți elementele culturii organizaționale. Propuneți modificări ale acestora	• Metoda activității pe grupe • Jocul de rol	2 ore; [2] / [8]



	(dacă sunt necesare) pentru a îndeplini exigențele din literatura de specialitate.		
4.	Etica în activitatea de PR <i>Temă individuală:</i> prezentați succint un studiu de caz prin care să ilustrați comportamentul lipsit de etică al unui specialist în PR. <i>Temă de grup:</i> analizați mediului intern și extern organizațional pentru a identifica o problemă de comunicare importantă și urgentă.	2 ore; [2] / [4]	
5.	Tipuri de posturi în organizații <i>Temă individuală:</i> căutați pe internet 3 posturi de PR în cadrul unei organizații (entry-level, intermediate / experienced-level și senior / executive / top-level). Prezentați fișa postului pentru fiecare. Cum stabilim necesarul de posturi și de personal? Analizați relația misiune – obiective – strategie – personal. <i>Temă de grup:</i> realizați o cercetare documentară (din surse secundare) pentru a identifica, descrie și prioritiza stakeholderii unei organizații.	2 ore; [1] / [2] / [3] / [6] / [12]	
6.	Prezentarea structurii organizatorice, al relațiilor între departamente și angajați <i>Temă individuală:</i> prezentați structura organizatorică a unei organizații, făcând referire la angajați, posturile ocupate, precum și la relațiile între departamente. <i>Temă de grup:</i> planificați și derulați un studiu calitativ pentru a diagnostica principala problemă de comunicare cu care se confruntă o organizație.	2 ore; [2]	
7.	Strategii de relații publice <i>Temă individuală:</i> identificați și prezentați o strategie de PR proactivă și o strategie de PR reactivă utilizată de o organizație din România anul acesta. <i>Temă de grup:</i> formulați scopul (precizați categoria) și obiectivele unei campanii de PR (S.M.A.R.T). Care este strategia (sau mixul strategic) prin care veți rezolva / ameliora problema de comunicare identificată?	2 ore; [1] / [3] / [12] / [13]	
8.	Decizii de management <i>Temă individuală:</i> ce tipuri de decizii trebuie să ia managerul unui departament de relații publice? Exemplificați. <i>Temă de grup:</i> plecând de la scopul, obiectivele și strategia de PR asumată, concepeți mesajul unui program de relații publice în vederea atingerii rezultatelor scontate.	2 ore; [1] / [3] / [12] / [13]	
9.	Strategii de motivare în cadrul organizației studiate <i>Temă individuală:</i> care sunt strategiile de motivare ce pot fi utilizate la nivel departamental de către managerii de PR? Oferiți exemple ilustrative din sectorul nonprofit, guvernamental și de afaceri.	2 ore; [1] / [2]	



	<i>Temă de grup:</i> concepeți planul operațional de implementare a unei campanii de PR (diagramă Gantt / metoda drumului critic).		
10.	Coordonare-antrenare. Managementul resurselor umane <i>Temă individuală:</i> elaborați unui anunț de recrutare pentru un post disponibil în departamentul de PR. Care sunt canalele media pe care intenționați să le utilizați? <i>Temă de grup:</i> alegeți un lider al echipei și stabiliți atribuțiile, sarcinile și responsabilitățile fiecărui membru pentru momentul prezentării proiectului la M.R.P.		2 ore; [2]
11.	Evaluarea: criterii de evaluare <i>Temă individuală:</i> întocmiți o fișă de evaluare pentru un membru al departamentului de PR. Ce criterii de evaluare ați utilizat și cum s-a realizat măsurarea acestora? <i>Temă de grup:</i> întocmiți bugetul unei campanii de relații publice, urmărind R.O.I. (rentabilitatea) acesteia.		2 ore; [2]
12.	Realizarea controlului îndeplinirii obiectivelor în cadrul seminarului și pentru proiect <i>Temă individuală:</i> realizați o autoevaluare al activității derulate în cadrul seminarului la disciplina <i>Managementul relațiilor publice</i> . Acordați un calificativ („foarte bine” – se încadrează între 9 și 10, „bine” – între 7 și 8, „suficient” – între 5 și 6, iar „insuficient” – echivalent cu notă 4) care să sintetizeze concluziile dvs. <i>Temă de grup:</i> stabiliți criteriile de evaluare utilizate în vederea măsurării eficienței campaniei de PR planificate. Prin ce metode și instrumente de cercetare veți putea atinge obiectivele de cercetare?		2 ore; [2]
13.	Prezentare proiect – planul campaniei de relații publice <i>Temă individuală:</i> anticipați situațiile de risc și propuneți soluții de prevenire / gestionare al acestora, pentru a implementa cu succes campania de PR planificată. <i>Temă de grup:</i> realizați o prezentare în maximum 15 minute a planului campaniei de PR.		2 ore; [1] / [2] / [3] / [5]
14.	Evaluare finală, rezultate		2 ore; [1] / [2]

Bibliografie

Identică cu cea de la curs.

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

Conținutul disciplinei este coroborat cu nevoile și așteptările persoanelor publice fizice și juridice române și străine. Instrumentele și tehnicile prezentate în cadrul cursului sunt utilizate adesea în domenii diverse, precum: cel politic, sportiv, caritabil, showbiz, economic, ecologic. În același timp, structura cursului este în conformitate cu prevederile asociațiilor reprezentative ARRP și EUPRERA, dar și cu legislația în domeniu și cu prevederile codurilor de deontologie profesională IPRA, Codul Etic al Comunicatorilor Profesioniști, Codul Internațional de Etică de la Atena (IPRA).

**10. Evaluare**

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere în nota finală (%)
10.4 Curs	• Capacitatea de a înțelege și defini conceptele fundamentale din sfera managementului relațiilor publice. • Capacitatea de a elabora strategii de relații publice eficiente. • Capacitatea de a identifica indicatori-cheie de performanță utilizați în managementul relațiilor publice. • Capacitatea de a gestiona eficient bugete pentru campaniile de PR. • Capacitatea de a recruta, motiva și evalua angajați în domeniul relațiilor publice. • Capacitatea de a adopta un stil de leadership orientat către rezultate.	Examen scris	55%
10.5 Seminar / Laborator	• Însușirea aspectelor teoretice și aplicarea lor corectă, în mod practic, în cadrul proiectului, precum și al exercițiilor propuse. • Abilitatea și competența în utilizarea strategiilor și tehnicilor de M.R.P. • Coerență în exprimare. Implicare dinamică și creativă în activitățile practice.	Nota la seminar va fi acordată pe baza: - susținerii unui test scris anunțat (35%) - elaborării și susținerii unei teme individuale (15%) - redactării și evaluării proiectului de echipă scris (30%) - prezentarea proiectului scris (20%)	45%
10.6 Standard minim de performanță			
Participarea activă la cel puțin 5 cursuri și 8 seminarii. Îndeplinirea criteriilor de evaluare la nivelul de 50% din punctajul maxim atât la curs, cât și la seminar.			

Data completării,
26.09.2024Titular de curs,
Conf. univ. dr. Daniel-Rareș ObadăTitular de seminar,
Drd. Andreea Gabriela BărbieruData avizării în departament,
27.09.2024Director de departament,
Conf. univ. dr. Daniel-Rareș Obadă