

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Politehnică Timișoara
1.2 Facultatea ¹ / Departamentul ²	Științe ale Comunicării/DCLS
1.3 Domeniul de studii (denumire/cod ³)	Științele comunicării 40 30 10 10
1.4 Ciclu de studii	Master
1.5 Programul de studii (denumire/cod/calificarea)	Comunicare, relații publice și media digitală /40 30 10 10 / Interdisciplinar (cu Inginerie electronică și telecomunicații)

2. Date despre disciplină

2.1a Denumirea disciplinei/Categoria formativă ⁴	Relații publice: principii și practici		
2.1b Denumirea disciplinei în limba engleză	Public Relations essentials: Principles and Practice		
2.2 Titularul activităților de curs	Conf.dr. Mariana Cernicova-Bucă		
2.3 Titularul activităților aplicative ⁵	Conf.dr. Mariana Cernicova-Bucă		
2.4 Anul de studiu ⁶	I	2.5 Semestrul	I
2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei ⁷	DCAV

3. Timp total estimat - ore pe semestru (activități directe (asistate integral), activități asistate parțial și activități neasistate⁸)

3.1 Număr de ore asistate integral/săptămână	[4] , din care:	ore curs	[2]	ore seminar/laborator/proiect			[2]
3.1* Număr total de ore asistate integral/sem.	[56] , din care:	ore curs	[28]	ore seminar/laborator/proiect			[28]
3.2 Număr total de ore desfășurate on-line asistate integral/sem.	[] , din care:	ore curs	[]	ore seminar/laborator/proiect			[]
3.3 Număr de ore asistate parțial/săptămână	[] , din care:	ore proiect, cercetare	[]	ore practică	[]	ore elaborare lucrare de disertație	[]
3.3* Număr total de ore asistate parțial/semestru	[] , din care:	ore proiect cercetare	[]	ore practică	[]	ore elaborare lucrare de disertație	[]
3.4 Număr de ore activități neasistate/săptămână	[6,7] , din care:	ore documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					[2,7]
		ore studiu individual după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					[2]
		ore pregătire seminarii/laboratoare, elaborare teme de casă și referate, portofolii și eseuri					[2]
3.4* Număr total de ore activități neasistate/ semestru	[94] , din care:	ore documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					[32]
		ore studiu individual după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					[32]
		ore pregătire seminarii/laboratoare, elaborare teme de casă și referate, portofolii și eseuri					[30]
3.5 Total ore/săptămână ⁹	[10,7]						
3.5* Total ore/semestru	[150]						
3.6 Număr de credite	[6]						

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	• Nu este cazul
4.2 de rezultate ale învățării	• Comunicare scrisă și orală; utilizarea calculatorului; realizarea de prezentări

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	• Sală de curs, calculator/laptop, proiector, tablă, conexiune Internet
5.2 de desfășurare a activităților practice	• Sală de seminar, calculator/laptop, proiector, tablă, conexiune Internet

6. Rezultatele învățării la formarea cărora contribuie disciplina

Cunoștințe	• C2. Studentul/Absolventul planifică componentele unei strategii mediatice și canalele de difuzare specifice. • C6. Studentul/Absolventul generează și planifică etapele unei strategii de relații publice. • Identifică etapele principale ale proiectelor de dezvoltare de conținut • Cunoaște metode și tehnici de stimulare a creativității • Dovedește spirit critic în analiza și rezolvarea sarcinilor profesionale
Abilități	• A2. Studentul/Absolventul aplică strategii media coerente în funcție de publicul-țintă și obiectivele de comunicare. • A6. Studentul/Absolventul aplică strategii de relații publice adaptate situației. • Utilizează instrumente de planificare și monitorizare a proiectelor • Generează soluții originale și le integrează în proiecte • Aplică principiile gândirii analitice în diferite contexte
Responsabilitate și autonomie	• RA2. Studentul/Absolventul analizează activități de comunicare mediatică și evaluează eficiența acestora. • RA6. Studentul/Absolventul evaluează impactul și eficiența strategiilor de relații publice implementate. • Își asumă coordonarea activităților și respectarea termenelor stabilite • Demonstrează inițiativă și autonomie în procesul creativ • Utilizează gândirea analitică pentru luarea deciziilor profesionale

7. Obiectivele disciplinei (asociate rezultatelor învățării specifice acumulate)

- Aprofundarea cunoștințelor teoretice (concepte, teorii, paradigme) din domeniul comunicării și relațiilor publice, cu aplicabilitate la utilizarea lor în comunicarea digitală;
 - Dezvoltarea capacității de analiză critică a mediului comunicațional
 - diferențierea campaniilor de relații publice de cele de marketing și utilizarea instrumentelor adecvate pentru fiecare tip
 - utilizarea creativă a teoriei
 - dezvoltarea capacității de leadership într-un departament de relații publice virtual
 - dezvoltarea capacității de a optimiza strategii de comunicare la locul de proveniență (locul de muncă sau organizația în care își desfășoară activitatea).

8. Conținuturi

8.1 Curs	Număr de ore	Din care on-line	Metode de predare
Introducere în domeniul relațiilor publice. Rolul specialistului în ecosistemul comunicațional contemporan	2	[]	• Prelegere • Conversație euristică • Studiu de caz
Departamentul/agenția de relații publice, modele internaționale	2	[]	
Etica profesională și responsabilitatea socială în relațiile publice	2	[]	
Managementul comunicării în situații de criză	2	[]	
Cadrul legislativ actual și reglementări privind comunicarea instituțională	2	[]	
Comunicare și opinie publică. Dinamica percepției și influenței	2	[2]	
Strategia integrată de comunicare cu presa (PESO)	2	[2]	
Tipologia materialelor pentru presă. Relația cu jurnaliștii și platformele media	2	[2]	
Evenimente și parteneriate media: planificare, bugetare și evaluare	2	[2]	
Tehnici audio-vizuale și multimedia în relațiile publice	2	[]	
Comunicarea pe platforme online: site, blog, rețele sociale, LinkedIn	[2]	[]	
Strategia de imagine și managementul reputației în era digitală	[2]	[]	
Tendențe contemporane și provocări în relațiile publice	[2]	[]	
„Organizația care învață”. Evaluarea impactului campaniilor de relații publice și raportarea performanței	[2]	[]	

Bibliografie¹⁰

1. Borțun, Dumitru, **Relațiile publice și noua societate**, Tritonic, București, 2012
2. Cernicova, Mariana, Dejica, Daniel, **Dicționar de comunicare și relații publice englez-român**, Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca, 2014
3. Cmeciu, Camelia, **Tendințe actuale în campaniile de relații publice**, Polirom, București, 2013.
4. Cutlip, Scott et alii, **Relații publice eficiente**, Comunicare.ro, București, 2010.
5. Dominick, Joseph, **Ipostaze ale comunicării de masă. Era digitală**, Editura comunicare.ro, București, 2009
6. Meerman Scott, David, **The new roles of marketing and PR. How to use newsreleases, blogs, podcasting, vital marketing and online media to reach buyers directly**, Wiley&Sons, New Jersey, 2009.
7. Palea, Adina, **Identitatea specialiștilor în relații publice**, Tritonic, București, 2013.

Note de curs pe Campusul Virtual: <https://cv.upt.ro/course/view.php?id=678>

www.prwave.ro, <https://spinsucks.com/>

8.2 Activități aplicative ¹¹	Număr de ore	Din care on-line	Metode de predare
Profilul comunicatorului contemporan: abilități, competențe, valori	2	[]	Joc de rol, analiză, brainstorming, dezbatere, muncă în echipă/grup, atelier de scriere
Comportamentul profesional în relațiile publice	2	[]	
Cercetarea și documentarea în RP: analiza mediului și identificarea publicurilor	2	[]	
Redactarea materialelor de RP: de la șablon la storytelling strategic	2	[]	
Canale și instrumente de comunicare media (PESO mix)	2	[]	
Comunicarea cu presa și parteneriatele media	2	[2]	
Monitorizarea presei și analiza sentimentului public	2	2	
Evaluarea eficienței comunicării digitale, KPI, studiu de caz	2	[2]	
Managementul reputației online (LinkedIn, Facebook, blog personal)	2	2	
Postură, mimică și imagine profesională în prezentări publice	2	2	
Crearea de evenimente: concept, planificare, buget	2		
Munca în echipă: relația cu profesioniștii imaginii și influencerii	2		
Simularea unui birou de relații publice, în situații de activitate curentă	2	[]	
Simularea reacției unui birou de relații publice, în situații de criză și evaluarea finală	2	[]	

Bibliografie¹²

Bibliografia recomandată la curs, texte autentice

www.prwave.ro, www.ipra.org, <http://www.mooc-list.com/course/public-relations-saylororg>

9. Evaluare

Tip activitate	9.1 Criterii de evaluare ¹³	9.2 Metode de evaluare	9.3 Pondere din nota finală
9.4 Curs	Demonstrarea cunoștințelor teoretice și practice, integrate în răspunsuri la întrebări și soluționarea creativă a problemelor	Examen scris, 3 subiecte, 2 teoretice și unul aplicativ	[66%]
9.5 Activități aplicative	S: Susținerea ritmică de prezentări și realizarea pieselor cerute în portofoliul de lucrări (analiză SWOT, model de specialist în RP, plan de comunicare, instrumente de evaluare)	Portofoliu de lucrări	[34%]
	L: []	[]	[]
	P: []	[]	[]
	Pr: []	[]	[]
	Tc-R ¹⁴ : []	[]	[]
9.6 Standard minim de performanță (volumul de cunoștințe minim necesar pentru promovarea disciplinei și modul în care se verifică stăpânirea lui) ¹⁵			
Demonstrarea cunoștințelor teoretice și practice, integrate în răspunsuri la întrebări și soluționarea creativă a problemelor ridicate; prezentarea și susținerea portofoliului complet de lucrări			

- Nota 5 se acordă pentru tratarea minimală a subiectelor de examen; nota 10 atestă capacitatea studentului de a combina informațiile, cunoștințele și deprinderile dezvoltate pe parcursul activităților de curs și seminar cu cele dobândite în urma studiului individual al bibliografiei recomandate.

Data completării

[27.09.2025]

**Titular de curs
(semnătura)**

[Conf.dr. Mariana Cernicova-Bucă]

**Titular activități aplicative
(semnătura)**

[Conf.dr. Mariana CERNICOVA-BUCĂ]

**Director de departament
(semnătura)**

[Prof.univ. dr. Vasile Ghergheș]

Data avizării în Consiliul Facultății¹⁶

[25.11.2025]

**Decan
(semnătura)**

[Prof.univ.dr. Daniel Dejica-Carțș]