

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA TEHNICĂ DIN CLUJ-NAPOCA, CENTRUL UNIVERSITAR NORD BAIA MARE
1.2 Facultatea	LITERE
1.3 Departamentul	ȘTIINȚE SOCIO-UMANE, TEOLOGIE, ARTE
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii	LICENȚĂ
1.6 Programul de studii / Calificarea	COMUNICARE ȘI RELAȚII PUBLICE
1.7 Forma de învățământ	IF – învățământ cu frecvență

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	PRACTICĂ DE SPECIALITATE			Codul disciplinei	CRP 25.00
2.2 Titularul de curs					
2.3 Titularul activităților de seminar / laborator / proiect / practică	Lector univ.dr. Melinda Achim Melinda.achim@ssuta.utcluj.ro				
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	2	2.6 Tipul de evaluare	C
2.7 Regimul disciplinei	Categoria formativă				DS
	Opționalitate				DOB

3. Timpul total estimat

3.1 Număr de ore pe săptămână	30	din care:	3.2 Curs		3.3 Seminar	-	3.3 Laborator		3.3 Proiect	-	3.3 Practică	10
3.4 Număr de ore pe semestru	90	din care:	3.5 Curs		3.6 Seminar	-	3.6 Laborator		3.6 Proiect	-	3.3 Practică	30
3.7 Distribuția fondului de timp (ore pe semestru) pentru studiu individual și evaluare:												
(a) Evaluare												2
(b) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe												0
(c) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate și pe teren												4
(d) Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri												4
(e) Tutoriat												0
(f) Alte activități												0
3.8 Total ore studiu individual și evaluare (suma (3.7(a))...3.7(f))								10				
3.9 Total ore pe semestru (3.4+3.8)								100				
3.10 Numărul de credite								4				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	• Nu sunt
4.2 de competențe	• Nu sunt

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	-
--------------------------------	---

5.2. de desfășurare a seminarului / laboratorului / proiectului	-
---	---

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	• Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării; • Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC); • Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în procesul de relații publice; • Realizarea și promovarea unui produs de relații publice; • Asistența de specialitate în gestionarea comunicării de criza și/sau în medierea conflictelor de comunicare; • Rezolvarea în mod realist - cu argumentare atât teoretică, cât și practică - a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora;
Competențe transversale	• 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 eficiente în echipă multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice; • Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și a adaptării la cerințele pieței muncii.

7. Rezultatele așteptate ale învățării

Cunoștințe	Abilități	Responsabilitate și autonomie
------------	-----------	-------------------------------

Studentul/Absolventul: C.2.1. identifică principalele teorii, modele și elemente ale comunicării directe și mediate tehnologic, în contextual comunicării de masă și comunicării mediate de computer; C.2.2. identifică concepte referitoare la public și audiența mass-media, metode de măsurare, precum și indicatori de audiență specifici canalului tehnologic de comunicare mediatică; C.2.3. identifică structurile de proprietate, mecanismele de control, modele de producție și distribuție specifice sistemelor mass media; C.2.4. identifică elementele care joacă un rol în procesul de formare a opiniei publice, prin care percepțiile și opiniile față de o chestiune în discuție publică sunt formate și întărite, cum ar fi cadrajul informațiilor, tendințele și interesele publicului, procesele psihice și conformismul. C.16. Studentul/Absolventul se familiarizează cu mediul de lucru dintr-o redacție/agenție de publicitate/organizație private și identifică conținuturi corespunzătoare normelor specific din domeniu.	Studentul/Absolventul: A.2.1. selectează modelele care explică o situație de comunicare în contextul unei probleme profesionale; A.2.2. analizează caracteristicile, nevoile și așteptările publicului-țintă utilizând modele, grile, teste, proceduri și aplicații software adecvate în contextul comunicării publice profesionale; A.2.3. adaptează mesajele la diverse situații și categorii sau segmente de public în contextul comunicării profesionale. A.16. Studentul/Absolventul produce conținut (text/video/audio/foto) pentru toate tipurile de produse specifice comunicării publice.	Studentul/Absolventul R.2.1. evaluează caracteristicile reprezentării în mass-media și platformele digitale sau unei categorii sociale; R.2.2. utilizează modelele de comunicare, teorii media și indicatori de audiență pentru a proiecta, adapta sau evalua planuri media; R.2.3. analizează critic pluralitatea de interpretări date și de opinii formulate în contextual reprezentării media a subiectelor și evenimentelor curente. R.16. Studentul/Absolventul identifică și utilizează elementele specifice ale managementului informației, precum și principii de deontologie și de responsabilitate social în domeniile comunicării publice.
--	---	--

8. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

8.1 Obiectivul general al disciplinei	Caracterul formativ pentru activitatea practică a viitorului relaționist, conturând principalele aspecte ale elaborării și utilizării principalelor instrumente ale RP.
8.2 Obiectivele specifice	Cursul își propune: 1. Cunoașterea și utilizarea adecvată a terminologiei specifice 2. Explicarea și interpretarea conținuturilor teoretice și practice ale problematicii relațiilor publice. 3. Aplicarea cunoștințelor în elaborarea produselor PR. 4. Stimularea creativității și demonstrarea abilităților de prezentare orală, scrisă, electronică a proiectelor proprii.

9. Conținuturi

9.1 Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
Total ore:			
Bibliografie:			

9.1 Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
9.2 Seminar / laborator / proiect / practică	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. Forme ale comunicării	6	• experimente prin exerciții practice impuse în cadrul unor teme; • analize prin dialog individual și colectiv cu studenții.	
2. Domenii de aplicabilitate ale relațiilor publice	6		
3. Planul de comunicare. Realizarea planului de comunicare	6		
4. Principiile redactării textelor pentru relații publice	6		
5. Elaborarea documentelor oficiale. Tipuri de documente oficiale	6		
6. Dosarul de presă. Revista presei	6		
7. Conferința de presă: pregătire, desfășurare, evaluare.	6		
8. Prezentarea materialelor de RP din instituțiile publice și organizațiile private	6		
9. Presa – resursă de putere	6		
10. Violența mediatică: coduri, legi, directive.	6		
11. Cercetări americane și europene asupra violenței mediatice	6		
12. Modele ale receptării	6		
13. Audiențe și publicuri. Constituirea publicului	6		
14. Departamente și firme de relații publice	6		
15. Firme de relații publice din România	6		
Total ore:	90		

Bibliografie:

1. Balaban Delia, Abrudan Mirela, Tendențe în PR și publicitate. Planificare strategic și instrumente de comunicare, București, Editura Tritonic, 2008.
2. Gavreliuc Alin, De la relațiile interpersonală la comunicarea socială, Iași, Polirom, 2006.
3. Le Bon Gustave, Psihologia mulțimilor, București, Editura Anima, 1990.
4. Libaert Thierry, Planul de comunicare. Cum să-ți definești și să-ți organizezi strategia de comunicare, Iași, Editura Polirom, 2009.
5. Măduța Cristian, Relații publice și elaborarea documentelor oficiale, Arad, University Press, 2013.
6. Rogojinaru Adela (coord.), Comunicare, relații publice și globalizare, București, Tritonic, 2007
7. Palea Adina, Identitatea profesională a specialiștilor în relațiile publice, București, Editura Tritonic, 2013.
8. Păuș Viorica Aura, Comunicare și resurse umane, Iași, Editura Polirom, 2006.
9. <http://arpp.eu/>
10. <https://www.pr-romania.ro/>

10. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului

Validarea utilizării conceptelor, teoriilor, metodelor de bază și a tehnicilor, precum și adaptarea permanentă a acestora la noile standarde ale societății.

11. Evaluare

Tip activitate	11.1 Criterii de evaluare	11.2 Metode de evaluare (și forma evaluare: continuă/sumativă)	11.3 Pondere din nota finală
----------------	---------------------------	--	---------------------------------

11.4 Curs			
11.5 Seminar / Laborator /Proiect / Practică	- Gradul de cooperare student-cadru didactic; Sp - de inițiativă al studentului; - Spiritul de inițiativă al studentului; - Frecvența și gradul de participare efectivă.	Realizarea temelor de seminar	100%
11.6 Standard minim de performanță - Realizarea de proiecte care sa ateste utilizarea corectă a principiilor și a metodelor de bază în cercetare; - Soluționarea în timp real, în condiții de asistență calificată, a unei probleme reale/ipotetice de la locul de muncă, respectând normele de etica profesionale.			

	Titulari	Titlu Prenume NUME	Semnătura
Data completării: 20 iulie 2026	Curs	-	
	Aplicații	Lector univ.dr. Melinda Achim	

Avizul Directorului departamentului care coordonează disciplina, doar dacă acesta diferă de departamentul organizator al programului de studii

Director Departament
grad didactic, titlu Prenume NUME

Data avizării în Consiliul Departamentului SSUTA
22 iulie 2026

Director Departament SSUTA,
Conf.dr.ing. Adrian Vasile CHIRA



Data aprobării în Consiliul Facultății de Litere
24 iulie 2026

Decan,
Conf.dr. Anamaria FĂLĂUȘ

