

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	RELAȚII PUBLICE SECTORIALE I			Codul disciplinei	CRP 32.00
2.2 Titularul de curs	Lect. univ. dr. Ioan GHERGHEL gvi_gvi@yahoo.com				
2.3 Titularul activităților de seminar / laborator / proiect / practică	Lect. univ. dr. Ioan GHERGHEL gvi_gvi@yahoo.com				
2.4 Anul de studiu	III	2.5 Semestrul	1	2.6 Tipul de evaluare	E
2.7 Regimul disciplinei	Categoría formativă				DS
	Opționalitate				DO

3. Timpul total estimat

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care:	3.2 Curs	2	3.3 Seminar	2	3.3 Laborator	-	3.3 Proiect	-	3.3 Practică	-
3.4 Număr de ore pe semestru	56	din care:	3.5 Curs	28	3.6 Seminar	28	3.6 Laborator	-	3.6 Proiect	-	3.3 Practică	-
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												25
(c) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate și pe teren												10
(d) Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri												25
(e) Tutoriat												7
(f) Alte activități												0
3.8 Total ore studiu individual și evaluare (suma (3.7(a))...3.7(f))								69				
3.9 Total ore pe semestru (3.4+3.8)								125				
3.10 Numărul de credite								5.0				

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	Prezența la curs (conform Regulamentului ECTS). Sală dotată cu tehnică de calcul, proiector, ecran.
--------------------------------	---

5.2. de desfășurare a seminarului / laboratorului / proiectului	Prezența la laborator (conform Regulamentului ECTS). Sală dotată cu tehnică de calcul.
---	---

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	1. Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de redactare și de comunicare aferente relațiilor publice din domeniul instituțiilor și autorităților publice. 2. Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC). 3. Identificarea și descrierea tipurilor de audiență vizate de activitatea de relații publice realizată prin mass-media, social media și rețelele sociale. 4. Stabilirea nevoilor de cunoaștere a publicului și adaptarea continuă a produselor de relații publice în raport de oportunitățile de promovare a imaginii organizaționale și de evoluțiile din domeniul tehnologiei informației. 5. Realizarea și promovarea prin diverse canale de comunicare a unui produs de relații publice și a unei campanii de relații publice. 6. Asigurarea consultanței de specialitate a managementului organizației în evoluțiile date de contextul globalizării comunicării și al relațiilor publice. 7. Analiza și asistența de specialitate în gestionarea comunicării de criză, în procesele de negociere sau în medierea conflictelor intra- sau interorganizaționale.
Competențe transversale	1. Abordarea în mod realist a unor situații-problemă profesionale uzuale, cu argumentare atât teoretică, cât și practică, cu grad ridicat de complexitate, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora 2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipe multidisciplinare cu îndeplinirea unor sarcini de coordonare pe diverse paliere 3. Evaluarea obiectivă și continuă a nevoii proprii de formare profesională și a perspectivelor de dezvoltare profesională în scopul inserției și adaptării la cerințele pieței muncii.

7. Rezultatele așteptate ale învățării

Cunoștințe	Abilități	Responsabilitate și autonomie
Studentul/absolventul: C.1.1. înțelege modul în care funcționează relațiile publice în sectorul public administrativ; C1.2. cunoaște modalitățile de identificare a problemelor organizaționale specifice instituțiilor și autorităților publice; C.1.3. cunoaște mecanisme de menținerea încrederii publicului în organizație și de soluționare a situațiilor de criză;	Studentul /absolventul: A.1.1 planifică și realizează proiecte/activități de comunicare și evenimente PR pentru organizațiile publice; A.1.2. aplică instrumente de PR instituțional adaptate problemelor interne și externe cu care se confruntă organizația; A.1.3. deține abilități de relaționare cu mass-media și de promovare și gestionare a imaginii instituționale în mediul digital;	Studentul /absolventul: R.1.1. realizează produse de relații publice utilizând instrumente digitale variate; R.1.2. dezvoltă propriul sistem informațional în organizație, consiliază managementul în deciziile care privesc relația cu publicul intern și extern;

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

8.1 Obiectivul general al disciplinei	
---------------------------------------	--

	Crearea unei viziuni de ansamblu asupra conceptelor de imagine a organizației, public și reputație organizațională.
8.2 Obiectivele specifice	Însușirea conceptelor, strategiilor și target-urilor aferente activității de relații publice în domeniul guvernamental (public). Familiarizarea cu activitatea de lobby, cu campania de advocacy și campaniile de CSR. Manifestarea unei atitudini pozitive și responsabile, valorificarea optimă și creativă a propriului potențial.

9. Conținuturi

9.1 Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. Specificul comunicării în instituțiile publice	3	Expunere, problematizare, exemplificare	
2. Conceptul de imagine a organizației	3		
3. Industria de lobby	2		
4. Campania de advocacy	2		
5. Tipuri de strategii în campania de advocacy	2		
6. Acte normative cu incidență în activitatea de PR	4		
7. Procesul politicilor publice	3		
8. Strategii de PR guvernamental	3		
9. Strategii de PR la nivelul autorităților publice locale	3		
10. Politici de brand: brandul corporatist și brandul de țară	3		
Total ore:	28		
Bibliografie (curs) 1. Aronson, Merry, Spetner, Don, Ames, Carol, Ghidul redactării în relații publice. Era digitală, Editura AMSTA Publishing, București, 2008. 2. Borțun, Dumitru, - Relațiile publice și noua societate, Editura Tritonic, București, 2005 3. Curtin, Patricia A., Gaither, Kenn - Relații publice internaționale, Editura Curtea Veche, București, 2008. 4. Dagenais, Bernard - Profesia de relaționist, Polirom, 2002. 5. Green, Andy - Comunicarea eficientă în relațiile publice. Crearea mesajelor și relațiile sociale, Polirom, 2009 6. Luckman, Thomas – Construirea socială a realității, Ed. Univers , 1999 7. Miroiu, A. – Introducere în politici publice, Ed. Politeea, București, 2001 8. Mugny, Gabriel ș.a. – Strategii de influențare socială și de persuasiune: teoria elaborării conflictului, Ed. Polirom, 1996 9. O’Sullivan, Tim ș.a. – Concepte fundamentale în științele comunicării și studiile culturale 10. Popescu, L.G. – Administrație și politici publice, Ed.Economică, 2001 11. Pricopie, Remus - Relațiile publice, evoluție și perspective, Editura Tritonic, București, 2005 12. Stancu, Serb - Relații publice și Comunicare, Ed. Teora, București, 2006 13. Steidl, Peter, Emery, Garry – Corporate Image and Identity Strategies-Designing the Corporate Future in Bussines & Professional Publishing, 2007. 14. Thomson, G.F. – The logic and limits of Network Form of Organisation, Oxford University Press 200			
9.2 Seminar / laborator / proiect	Nr. ore	Metode de predare	Observații
Mediul privat vs mediul public. "Fișa postului" specialistului PR.	3	Studii de caz, conversații, analize , discuții cu specialiști din domeniul relații publice instituționale	
Construirea imaginii organizației	3		
Cercetarea în domeniul PR. Barometre ale opiniei publice, măsurarea încrederii în organizații (instituții și autorități publice). Activitatea de lobby și advocacy	3		
Modele de realizare a activității de relații publice	3		
Construirea publicului. Teorii și metode	3		
Tipologii organizaționale și acțiuni de PR.	6		
Realizarea unui produs și a unei campanii de relații publice. Evenimentul de PR. Aplicații.	3		
Legislație cu incidență în domeniul PR	4		
Total ore:	28		

Bibliografie

Aceeasi ca cea de la curs

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

Tematica cursului permite însușirea cunoștințelor necesare ocupațiilor posibile de pe piața muncii în domeniul Științelor comunicării conform COR.

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	- Studentul trebuie să facă dovada înțelegerii aspectelor esențiale ale cursului (având ca surse suportul de curs și bibliografia) - Capacitatea de analiză și sinteză; - Gradul de cooperare student-cadru didactic;	Răspunsurile la examen	50%
11.5 Seminar / Laborator /Proiect / Practică	- Participare activă la seminar; - Gradul de cooperare student-cadru didactic - Spiritul de inițiativă al studentului, implicare în elaborarea de lucrări pentru seminar;	Realizarea unui portofoliu care să conțină toate temele de la seminar	50%
11.6 Standard minim de performanță - Pentru nota 5: - prezența la seminarii- - informațiile din materialele de studiu să fie aprofundate și asimilate în proporție de 50% - alcătuirea portofoliului cu temele de la seminar în proporție de 50% - Pentru nota 10: - prezența la seminarii - intervenții în cadrul seminariilor - redactarea și prezentarea integral a portofoliului cu temele de la seminar.			

	Titulari	Titlu Prenume NUME	Semnătura
Data completării: 20 iulie 2026	Curs	Lect. univ. dr. Ioan GHERGHEL	
	Aplicații	Lect. univ. dr. Ioan GHERGHEL	

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

