

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	COMUNICAREA CU PRESA			Codul disciplinei	CRP36.00
2.2 Titularul de curs	Lector univ.dr. Melinda Achim Melinda.achim@ssuta.utcluj.ro				
2.3 Titularul activităților de seminar / laborator / proiect / practică	Lector univ.dr. Iulia Bancos Iulia.bancos@ssuta.utcluj.ro				
2.4 Anul de studiu	III	2.5 Semestrul	2	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	-	3.3 Laborator	2	3.3 Proiect	-	3.3 Practică	-
3.4 Număr de ore pe semestru	56	din care:	3.5 Curs	28	3.6 Seminar	-	3.6 Laborator	28	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												30
(c) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platforme electronice de specialitate și pe teren												30
(d) Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri												30
(e) Tutoriat												2
(f) Alte activități												0
3.8 Total ore studiu individual și evaluare (suma (3.7(a))...3.7(f))								94				
3.9 Total ore pe semestru (3.4+3.8)								150				
3.10 Numărul de credite								6				

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	• Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării. • Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în procesul de relații publice. • Realizarea și promovarea unui produs de relații publice.
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 eficientă 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.1.1. identifică principalele arii de cercetare în științe ale comunicării-comunicatori, structuri instituționale organizații, conținut, canal, public/audiențe, efecte; Studentul/Absolventul: C.2.1. identifică principalele teorii, modele și elemente ale comunicării directe și mediate tehnologic, în contextul 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 cadrulul informațiilor, tendințele și interesele publicului, procesele psihice și conformismul. C. 20. Studentul/absolventul cunoaște particularitățile profesiei de purtător de cuvânt și rolul acestuia în cadrul unei organizații publice	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.20. Studentul/absolventul este capabil să pregătească comunicate de presă și declarații adaptate diverselor media.	Studentul/Absolventul R.2.1. evaluează caracteristicile reprezentării în mass-media și platformele digitale a unei teme, unei persoane, unui grup 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 contextul reprezentării media a subiectelor și evenimentelor curente. R.20. Studentul/absolventul aplică tehnici într-un mod profesionist, etic și adaptat contextului organizațional și mediatic.
---	---	---

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

8.1 Obiectivul general al disciplinei	1. Însușirea unor cunoștințe în domeniile relațiilor publice și mass-media 2. Înțelegerea strategiilor relaționiste de a stabili și întreține bune raporturi cu jurnaliștii; 3. Distingerea activităților relaționiste active de cele pasive; 4. Exersarea întocmirii textelor relaționiste expediate jurnaliștilor spre publicare; 5. Corelarea planificării comunicării cu presa –strategii de PR.
8.2 Obiectivele specifice	Cursul își propune: 1. Înțelegerea mecanismul colaborării dintre specialiștii PR și jurnaliști și efectele unei bune colaborări.

	2. Analizarea efectelor prezumtive ale mesajelor diseminate prin intermediul mass-media publicului-țintă 3. Stăpânirea tehnicilor ieșirii din situații de criză prin comunicare 4. Adaptarea discursului relaționist diferitelor media cu care interrelaționează.
--	---

9. Conținuturi

9.1 Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. Comunicarea – o necesitate în orice organizație	2	• expuneri teoretice și demonstrații practice; • analize prin dialog cu studenții; • analize de cercetări.	
2. Relaționistul și jurnalistul. Cum se creează o relație de încredere și credibilitate	2		
3. Relația organizație – presa- legislație: Legea 544/2001 privind liberul acces la informații publice	2		
4. Tipuri de comunicare cu presa. Canalele de comunicare și instrumente folosite în relația cu presa	2		
5. Instrumente de comunicare externă: comunicatul de presă, e-mailul, scrisoarea și invitația	2		
6. Conferința de presă și briefingul de presă. Backgrounders și position papers	2		
7. Planificarea strategică în relația cu presa. Kit-ul de presă	2		
8. Comunicarea cu presa în situațiile de criză. Gestionarea fake news-urilor	2		
9. Comunicarea cu presa în social media: comunicate online, influencer-i și media hibridă	2		
10. Construirea unei imagini pozitive prin media. Campaniile de PR și CSR	2		
11. Analiza organizațiilor din România. Studii de caz	2		
12. Evaluarea comunicării cu presa. Media report	2		
13. Recapitulare	2		
Total ore:	28		

Bibliografie

1. Bădău, Horea Mihai, Tehnici de comunicare în Social Media, Polirom, Iași, 2011
2. Cabin, Philippe, Jean-François Dortier, Comunicarea. Perspective actuale, Polirom, Iași, 2010;
3. Coman, Cristina, Relațiile publice și mass-media, Polirom, Iași, 2004;
4. Dagenais, Bernard, Profesia de relaționist, Polirom, Iași, 2002;
5. B. Dagenais, Campania de relații publice , Polirom, Iași, 2003;
6. David, George, Tehnici de relații publice. Comunicarea cu mass-media, Ed. Polirom, Iași, 2008;
7. Green Andy, Comunicarea eficientă în relațiile publice. Crearea mesajelor și relațiile sociale, Polirom, Iași, 2009;
8. Frönlich, Karl, Relații publice : comunicarea eficientă cu publicul și cu presa, București, Editura ALL , 2009.
9. Libaert Thierry, Planul de comunicare. Cum să-ți definești și să-ți organizezi strategia de comunicare, Polirom, Iași, 2009;
10. Lohisse, Jean, Comunicarea. De la transmiterea mecanică la interacțiune, Polirom, Iași, 2002;
11. Mucchielli, Alex, Comunicarea în instituții și organizații, Polirom, Iași, 2008;
12. Negrea-Busuioc, E. (coord.), Discurs public și comunicare instituțională. București: SNSPA, 2019;

9.1 Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
13. Newson, Doug, Totul despre relații publice, Polirom, Iași, 2003; 14. Newson, Doug, Bob Carrell, Redactarea materialelor de relații publice, Polirom, Iași, 2004; 15. Sandra Oliver, Strategii de relații publice, Polirom, Iași, 2009; 16. Teodorescu, Gheorghe și Petru Bejan, Relații publice și publicitate, Axis, Iași, 2003			
9.2 Seminar / laborator / proiect / practică	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. Conceperea istoricului organizației proprii	2	• experimente prin exerciții practice în cadrul unor teme; • analize prin dialog individual și colectiv cu studentii.	
2. Interviu jurnalist-relaționist. Joc de rol	4		
3. Prezentarea unei situații reale când accesul la informații a fost încălcat.	2		
4. Analiza unei organizații din prisma aparițiilor în media și social media	2		
5. Redactarea unui comunicat de presă/e-mail /scrisori	2		
6. Organizarea unei conferințe de presă. Jocuri de rol	4		
7. Analiza unei organizații din prisma gestionării unei situații de criză	2		
8. Relația organizație-jurnalist-influencer. Dezbateri pe cazuri reale	4		
9. Analiza comparativă a comunicatelor de presă pe aceeași temă, emise de organizații diferite	2		
10. Organizarea unei campanii de PR	4		
Total ore:	28		
Bibliografie: Aceeși ca la curs.			

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	• Capacitatea de analiză și sinteză; • Respectarea în cadrul aplicațiilor a temelor; • Gradul de cooperare student-cadru didactic; • Frecvența și gradul de participare efectivă.	Examen scris	50% 10%
11.5 Seminar / Laborator /Proiect / Practică	• Gradul de cooperare student-cadru didactic; • Spiritul de inițiativă al studentului; • Spiritul de inițiativă al studentului; • Frecvența și gradul de participare efectivă.	Rezolvarea temelor practice	30% 10%
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.

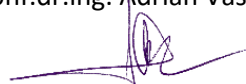
	Titulari	Titlu Prenume NUME	Semnătura
Data completării: <i>20 iulie 2026</i>	Curs	Lector univ.dr. Melinda Achim	
	Aplicații	Lector univ.dr. Iulia Bancoș	

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

Data avizării în Consiliul Departamentului SSUTA
22 iulie 2026

Director Departament
grad didactic, titlu Prenume NUME

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



Data aprobării în Consiliul Facultății de Litere
24 iulie 2026

Decan,
Conf.dr. Anamaria FĂLĂUȘ

