

Fișa disciplinei

Comunicare și relații publice

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Babeș-Bolyai
1.2 Facultatea	Istorie și Filosofie
1.3 Departamentul	de Studii Internaționale și Istorie Contemporană
1.4 Domeniul de studii	Relații internaționale și studii europene
1.5 Ciclu de studii	licență
1.6 Programul de studiu / Calificarea	Relații internaționale și studii europene

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Comunicare și relații publice						
2.2 Titularul activităților de curs	Lect. univ. dr. Camelia Nistor						
2.3 Titularul activităților de seminar	Luciana Indre						
2.4 Anul de studiu	1	2.5 Semestrul	1	2.6. Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	DF

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	Din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	Din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp:					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Tutoriat					20
Examinări					3
Alte activități:					
3.7 Total ore studiu individual	83				
3.8 Total ore pe semestru	125				
3.9 Numărul de credite	5				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Nu este cazul
4.2 de competențe	Nu este cazul

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 De desfășurare a cursului	Nu este cazul
5.2 De desfășurare a seminarului/laboratorului	Nu este cazul

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	Aplicarea fundamentelor teoriilor sociale si politice în înțelegerea, analizarea si evaluarea organizării socio-politice Utilizarea adecvată în comunicarea profesională a conceptelor de bază din domeniul studiilor de securitate; Aplicarea conceptelor fundamentale din științele politice în descrierea și explicarea unor evenimente sau procese specifice securității; Analiza unei situații date prin aplicarea unor principii, teorii și metode fundamentale din domeniul științelor politice.
Competențe	Gestionarea informațiilor specifice rezolvării sarcinilor complexe în context (receptarea, transmiterea, prelucrarea, stocarea informațiilor în documente de profil), inclusiv prin utilizarea la nivel avansat a unei limbi de circulație internațională și la nivel mediu sau avansat a unei a doua limbi străine;

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Să aplice fundamentele teoriilor de comunicare;
7.2 Obiectivele specifice	Să utilizeze adecvat conceptele de bază specifice teoriilor de comunicare; Să recurgă la descrierea și analiza studiilor de caz prin prelucrarea conținutului documentelor de profil; Să utilizeze corect limbajul de specialitate.

8. Conținut

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
Introducere în domeniul comunicării publicitare, agenția de publicitate	Prelegerea, analiza, explicarea	
Mixul de marketing (I-II)	Prelegerea, analiza, explicarea	
Mixul de marketing (I-II)	Prelegerea, analiza, explicarea	
Noțiunea de imagine (I-II)	Prelegerea, analiza, explicarea	
Noțiunea de imagine (I-II)	Prelegerea, analiza, explicarea	
Poziționarea (I-II)	Prelegerea, analiza, explicarea	
Poziționarea (I-II)	Prelegerea, analiza, explicarea	
Strategia publicitară (I-II)	Prelegerea, analiza, explicarea	
Strategia publicitară (I-II)	Prelegerea, analiza, explicarea	
Planificarea publicitară (I-II)	Prelegerea, analiza, explicarea	
Planificarea publicitară (I-II)	Prelegerea, analiza, explicarea	
Elementele campaniei publicitare (I-II)	Prelegerea, analiza, explicarea	
Elementele campaniei publicitare (I-II)	Prelegerea, analiza, explicarea	
Recapitulare	Prelegerea, analiza, explicarea	

Bibliografie

Balaban, Delia Cristina, Publicitatea de la planificarea strategică la implementarea media, Polirom, Iași, 2009.
 Frey, Siegfried, Die Macht des Bildes, Verlag Hans Huber, Bern, 1999.
 Kroeber-Riel, Werner, Bildkommunikation, Verlag Vahlen, München, 1996.
 Petre, Dan și Dragoș Iliescu, Psihologia reclamei, comunicare.ro, 2006.
 Petrescu, Dacina Crina, Creativitate si investigare in Publicitate, Carpatia, Cluj-Napoca, 2002.
 Russel, Thomas, Lane, Ronald, Manual de publicitate, Editura Teora, 2002.

8.2 Seminar / laborator	Metode de predare	Observații
Aspecte administrative. Cerințele seminarului. Noțiuni introductive	Expunerea	
Introducere în domeniul comunicării publicitare	Analiza, argumentarea, expunerea	
Mixul de marketing și submixul publicitar (I-II)	Analiza, argumentarea, expunerea	Exemple practice
Mixul de marketing și submixul publicitar (I-II)	Lucru pe grupe, workshop	Exemple practice
Conceptul de imagine (I-II)	Analiza, argumentarea, expunerea	
Conceptul de imagine (I-II)	Lucru pe grupe, workshop	Realizarea unor profile bipolare
Comportament poziționare (I-II)	Analiza, argumentarea, expunerea	Realizarea unor exerciții
Comportament poziționare (I-II)	Lucru pe grupe, workshop	
Campania publicitară (I-IV)	Analiza, argumentarea, expunerea	
Campania publicitară (I-IV)	Analiza, argumentarea, expunerea	
Campania publicitară (I-IV)	Analiza, argumentarea, expunerea	
Campania publicitară (I-IV)	Lucru pe grupe, workshop	
Recapitulare	Analiza, argumentarea, expunerea	
Recapitulare	Analiza, argumentarea, expunerea	

Bibliografie

Balaban, Delia Cristina, Publicitatea de la planificarea strategică la implementarea media, Polirom, Iași, 2009.
 Frey, Siegfried, Die Macht des Bildes, Verlag Hans Huber, Bern, 1999.
 Kroeber-Riel, Werner, Bildkommunikation, Verlag Vahlen, München, 1996.
 Petre, Dan și Dragoș Iliescu, Psihologia reclamei, comunicare.ro, 2006.
 Petrescu, Dacina Crina, Creativitate si investigare in Publicitate, Carpatia, Cluj-Napoca, 2002.
 Russel, Thomas, Lane, Ronald, Manual de publicitate, Editura Teora, 2002.

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

- Conținuturile disciplinei au fost elaborate în deplină conformitate cu lucrările de specialitate, publicate în țară sau în străinătate.
- Temele abordate pe parcursul cursurilor și seminarilor formează obiectul dezbaterilor academice în cadrul instituțiilor de profil, precum și în cadrul diverselor conferințe naționale sau internaționale.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Barem - Însușirea informațiilor aferente cursului și bibliografiei obligatorii. - Cunoașterea și înțelegerea principalelor concepțe din domeniul comunicării și relațiilor publice și capacitatea lor de a le interpreta critic în cadrul unor studii de caz	Examen oral	50%
10.5 Seminar/laborator	Evaluarea activității individuale de seminar pe parcursul întregului semestru: - participarea activă la dezbateri prin formularea unor poziții coerente și argumentate - cunoașterea noțiunilor generale de bază	Evaluare continuă pe parcursul semestrului	50%
10.6 Standard minim de performanță			
Însușirea informațiilor aferente cursului și bibliografiei obligatorii.			

11. Etichete ODT(Obiective de Dezvoltare Durabilă)¹

 Eticheta generală pentru Dezvoltare durabilă								
								

Data completării
15.09.2025

Semnătura titularului de curs
Lect. univ. dr. Camelia Nistor

Semnătura titularului de seminar
Luciana Indre

Data avizării în departament
28.09.2025

Semnătura directorului de departament
Conf. univ. dr. Claudiu Marian