



FIȘA DISCIPLINEI
Comunicare și relații publice

Anul universitar 2025 - 2026

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA HYPERION BUCUREȘTI
1.2. Facultatea	ȘTIINȚE ECONOMICE
1.3. Departamentul	ȘTIINȚE ECONOMICE
1.4. Domeniul de studii	CONTABILITATE
1.5. Ciclul de studii	LICENȚĂ
1.6. Programul de studii/Calificarea	CONTABILITATE ȘI INFORMATICĂ DE GESTIUNE – SM /ECONOMIST
1.7. Forma de învățământ	IF

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei				Comunicare și relații publice				Codul disciplinei		SCIG.II.01.17					
2.2 Titularul activităților de curs															
2.3 Titularul activităților de seminar				XXX											
2.4. Anul de studiu		II		2.5. Semestrul		1		2.6. Tipul de evaluare		V		2.7. Regimul disciplinei		Facultativă F	

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	2	din care: 3.2. curs	0	3.3. seminar / laborator / proiect	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	28	din care: 3.5. curs	0	3.6. seminar / laborator	28
Distribuția fondului de timp pentru studiul individual (SI) și activități de autoinstruire (AI)					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe (AI)					6
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					8
Pregătire seminarii/laboratoare/proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					6
Tutoriat (consiliere profesională)					-
Examinări					2
Alte activități					-
3.7. Total ore studiu individual (SI) și activități de autoinstruire (AI)					22
3.8. Total ore pe semestru					50
3.9. Numărul de credite					2

4. Precondiții

4.1. de curriculum	-
4.2. de competențe	-





5. Condiții

5.1. de desfășurare a cursului	-
5.2. de desfășurare a seminarului / laboratorului	Sală cu videoproiector și PC/laptop, ecran, tablă și instrumente de scris (cretă, marker).

6.1. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale / esențiale	CP1 - Asigura conformitatea cu convențiile contabile; CP2 - Lucrează cu sistemul de gestionare a bazelor de date relationale; CP3 - Pregătește situații financiare; CP4 - Analizează performanța financiară a unei societăți
Competențe transversale	CT1 - Demonstrează credibilitate; CT2 - Respectă reglementările; CT3 - Își asumă responsabilitatea; CT4 - Lucrează în echipe; CT5 - Dă dovadă de dorință de învățare; CT6 - Gestionează evoluția personală

6.2. Rezultatele învățării

Cunoștințe	C11. Studentul/Absolventul recunoaște conținutul și relevanța conceptelor de marketing și a modului de utilizare integrată a acestora, incluzând mediul de marketing, cercetarea pieței, funcțiile marketingului, strategiile de produs, de preț, de promovare și de distribuție, în context organizațional. C12. Studentul/Absolventul identifică și diferențiază elementele detaliate și specifice legate de conceptele și instrumentele asociate domeniului marketing și demonstrează capacitatea de utilizare a acestora. C13. Studentul/Absolventul explică, interpretează și implementează în mod integrat, conceptele și metodele specifice domeniului marketing.
Aptitudini	A10. Studentul/Absolventul utilizează abordarea integrată a cadrului conceptual și metodologic, pentru a rezolva probleme teoretice și practice noi. A11. Studentul/Absolventul elaborează decizii de marketing fundamentate științific. A12. Studentul/Absolventul elaborează proiecte profesionale și/ sau de cercetare, utilizând inovativ un spectru variat de instrumente de marketing. De asemenea, formulează judecăți critice și de a fundamenta decizii constructive în marketing.
Responsabilități și autonomie	RA8. Studentul/Absolventul realizează analize complexe asupra mediului intern și extern al organizației, identifică și formulează strategii de marketing și demonstrează capacitatea de asumare și exercitare a funcției/funcțiilor de execuție în domeniul marketing. RA9. Studentul/Absolventul manifestă o atitudine proactivă și responsabilă în fundamentarea științifică și adoptarea deciziilor în probleme de marketing. RA10. Studentul/Absolventul realizează studii/ lucrări privind activitățile de marketing ale organizației.

7. Obiectivele disciplinei

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Aprofundarea principalelor concepte teoretice referitoare la activitatea de relații publice.
---------------------------------------	--





7.2 Obiectivele specifice	• Prezentarea celor mai importante metode, tehnici și instrumente utilizate în domeniul relațiilor publice; • Cunoașterea, înțelegerea și utilizarea teoriilor de bază ale domeniului relațiilor publice; • Utilizarea metodelor de evaluare adecvate în determinarea eficienței acțiunilor de relații publice.
---------------------------	---

8. Conținuturi

8.1. Curs	Metode de predare	Observații
-		
Bibliografie • Aronson, M.; Spetner, D., Ghidul redactarii in relatii publice, Editura Polirom, Iasi, 2010 • Saffir, L., PR cu buget restrans, Editura Curtea Veche, Bucuresti, 2010 • Ries, A.; Ries, L., Caderea advertisingului si ascensiunea PR-ului, Editura Brandbuilders, Bucuresti, 2007 • Stone, D.; Patton, B.; Heen, S., Comunicarea defectuoasa. Abordarea eficienta a discutiilor (ed. a II-a), Editura Curtea Veche, Bucuresti, 2021 • Newsom, D.; Turk, J.V.; Kruckeberg, D., This is PR: The Realities of Public Relations, Editura Cengage Learning, Boston, 2012 • Coman, C., Relatii publice. Principii si strategii (ed. a 2-a revizuita), Editura Polirom, Iasi, 2021 • https://www.arpr.ro/ • https://www.ipra.org/ • https://www.globalalliancepr.org/		
8.2. Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Definiții ale Relațiilor Publice, evoluție și etape	Aplicații practice	2 ore
2. Activitățile realizate în departamentul de Relații Publice și de specialistul în Relații Publice.	Aplicații practice	2 ore
3. Obiectivele generale și specifice ale Relațiilor Publice.	Aplicații practice	2 ore
4. Relații Publice Interne.	Aplicații practice	2 ore
5. Relații Publice Externe.	Aplicații practice	2 ore
6. Organizarea evenimentelor.	Aplicații practice	2 ore
7. Tehnici specifice raporturilor cu mass-media.	Aplicații practice	2 ore
8. Programele de Relații Publice.	Aplicații practice	2 ore
9. Evaluarea eficienței programelor de Relații Publice.		
10. Comunicarea în activitatea de Relații Publice.	Aplicații practice	2 ore
11. Relațiile Publice și Managementul Crizelor.	Aplicații practice	2 ore
12. Etica Relațiilor Publice.	Aplicații practice	2 ore
13. Elaborarea și implementarea planului de Relații Publice.	Aplicații practice	2 ore
14. Campanii de Relații Publice – Studii de caz.		
Total		28 ore
Bibliografie		





- Aronson, M.; Spetner, D., Ghidul redactării în relații publice, Editura Polirom, Iasi, 2010
- Saffir, L., PR cu buget restrans, Editura Curtea Veche, București, 2010
- Ries, A.; Ries, L., Caderea advertisingului și ascensiunea PR-ului, Editura Brandbuilders, București, 2007
- Stone, D.; Patton, B.; Heen, S., Comunicarea defectuoasă. Abordarea eficientă a discuțiilor (ed. a II-a), Editura Curtea Veche, București, 2021
- Newsom, D.; Turk, J.V.; Kruckeberg, D., This is PR: The Realities of Public Relations, Editura Cengage Learning, Boston, 2012
- Coman, C., Relații publice. Principii și strategii (ed. a 2-a revizuită), Editura Polirom, Iasi, 2021
- <https://www.arpr.ro/>
- <https://www.ipra.org/>
- <https://www.globalalliancepr.org/>

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

Actualizarea informațiilor semnificative despre relații publice.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1. Criterii de evaluare	10.2. Metode de evaluare	10.3. Pondere din nota finală
10.4. Curs			
10.5. Seminar/ laborator	Abilități de comunicare și aplicare a cunoștințelor teoretice	Proiect pe o temă dată	20%
	- însușirea problematicei studiate; - capacitatea de a utiliza corect metodele studiate	Lucrări pe parcurs	20%
10.6. Evaluare finală		Examen scris	60%
10.7. Standard minim de performanță: nota 5 la examen, cunoașterea noțiunilor de bază specifice disciplinei, capacitatea de a rezolva probleme aplicative de dificultate medie.			

11. Etichete ODD (Obiective de Dezvoltare Durabilă / Sustainable Development Goals)

Eticheta generală pentru Dezvoltare durabilă							
							

Data completării
04.09.2025

Semnătura titularului de curs
.....

Semnătura titularului de seminar
.....

Data avizării în departament
08.09.2025

Semnătura directorului de departament
.....

