

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați
1.2 Facultatea / Departamentul	Facultatea de Litere
1.3 Catedra	Departamentul de literatură, lingvistică și jurnalism
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii	Masterat
1.6 Programul de studii/Calificarea	Comunicare, media și PR

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	ETICĂ ȘI LEGISLAȚIE ÎN JURNALISM ȘI PR						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Cătălin Negoită						
2.3 Titularul activităților de seminar	Conf. univ. dr. Cătălin Negoită						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare	Examen	2.7 Regimul disciplinei	Obligatoriu

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					40
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					40
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					40
Tutoriat					9
Examinări					4
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual		133			
3.9 Total ore pe semestru		175			
3.10 Numărul de credite		7			

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Introducere în jurnalism și relații publice
4.2 de competențe	Competențe TIC

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	- Laborator echipat cu calculatoare și acces la Internet.
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	- Laborator echipat cu calculatoare și acces la Internet.

Competențe profesionale	CP1. Face cercetare de fond referitor la tema creației scrise. CP2. Verifică texte. CP3. Utilizează tehnici de scriere specifice. CP4. Prezintă argumente în mod convingător. CP5. Se adaptează la situațiile în schimbare. CP6. Urmează un cod de conduită etică al jurnaliștilor.
Competențe transversale	CT1. Gândește critic. CT2. Face față stresului. CT3. Soluționează probleme. CT4. Construiește spirit de echipă.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Însușirea și înțelegerea conceptelor de responsabilitate și deontologie profesională.
7.2 Obiectivele specifice	Însușirea și utilizarea corectă a noțiunilor de etică și a principalelor elemente de legislație din jurnalism și relații publice.

8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
Noțiuni introductive: etică, integritate, deontologie, legislație -2 ore Etica în viața publică - 2ore Etica în politică și administrația publică - 4 ore Etica juridică și medicală - 2 ore Etica în afaceri - 2 ore Etica în mass-media - 4 ore Etica în relațiile publice - 4 ore Limitele libertății de exprimare - 2 ore Legislația comunicării publice - 4 ore Tendințe în comunicarea publică actuală - 2 ore	Prelegerea, conversația euristică, explicația, dezbateră, problematizarea.	
Bibliografie Bertrand, Jean Claude, <i>Deontologia mijloacelor de comunicare</i> , Editura Institutul European, Iași, 2000. Christians, Clifford, <i>Etica mass-media, Studii de caz</i> , Editura Polirom, Iași, 2001. Cismaru, Diana-Maria, <i>Managementul reputației în mediul online</i> , Editura Tritonic, București, 2015. Deaver, Dr. Frank, <i>Etica în mass media</i> , Editura Silex, București, 2004. Miroiu, Mihaela, <i>Introducere în etica profesională</i> , Editura Trei, București, 2001. Pleșu, Andrei, <i>Minima moralia. Elemente pentru o etică a intervalului</i> , Editura Humanitas, București, 2024. Radu, Raluca (coord.), <i>Deontologia comunicării publice</i> , Editura Polirom, Iași, 2015. Runcan, Miruna, <i>A patra putere – legislație și etică pentru jurnaliști</i> , Editura Dacia, Cluj, 2002. Popescu, Grațiela, <i>Deontologie jurnalistică. Elemente de legislație a presei</i> , Editura Fundației „România de mâine”, 2000. Stănciugelu, Irina, <i>Măștile comunicării. De la etică la manipulare și înapoi</i> , Editura Tritonic, București, 2009. Wilcox, Dennis L., Cameron, Glen T., Ault, Phillip H., Agee, Warren K., <i>Relații publice. Strategii și tactici</i> , Editura Curtea Veche, București, 2009. Codurile deontologice ale jurnalistului din România, disponibile pe www.paginademedia.ro Carta Națiunilor Unite, disponibilă pe https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/19362 Declarația Universală a Drepturilor Omului, disponibilă pe https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/22751 Constituția României, disponibilă pe https://www.presidency.ro/ro/presedinte/constitutia-romaniei Codul Civil, disponibil pe https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/175630 Codul Penal, disponibil pe https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/223635 Legea nr. 504/2002 a audiovizualului, disponibilă pe https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/37503 Legea nr. 544/2001 privind liberul acces la informațiile de interes public, disponibilă pe https://legislatie.just.ro/public/detaliiidocument/31413 Legea nr. 677/2001 pentru protecția persoanelor cu privire la prelucrarea datelor cu caracter personal și libera circulație a acestor date, disponibilă pe https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/32733		
8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
Conflictul de interese - 2 ore Protejarea vieții private - 2 ore Interesul public vs. Interesul comercial - 2 ore Responsabilitatea Socială Corporatistă - 4 ore Abordare voluntară vs. Obligație legală - 2 ore Etica în mediul online - 2 ore	Prelegerea, conversația euristică, dezbateră, analiza de text.	
Bibliografie Bertrand, Jean Claude, <i>Deontologia mijloacelor de comunicare</i> , Editura Institutul European, Iași, 2000. Christians, Clifford, <i>Etica mass-media, Studii de caz</i> , Editura Polirom, Iași, 2001. Cismaru, Diana-Maria, <i>Managementul reputației în mediul online</i> , Editura Tritonic, București, 2015. Deaver, Dr. Frank, <i>Etica în mass media</i> , Editura Silex, București, 2004. Miroiu, Mihaela, <i>Introducere în etica profesională</i> , Editura Trei, București, 2001.		

Pleșu, Andrei, *Minima moralia. Elemente pentru o etică a intervalului*, Editura Humanitas, București, 2024.
 Radu, Raluca (coord.), *Deontologia comunicării publice*, Editura Polirom, Iași, 2015.
 Runcan, Miruna, *A patra putere – legislație și etică pentru jurnaliști*, Editura Dacia, Cluj, 2002.
 Popescu, Grațiela, *Deontologie jurnalistică. Elemente de legislație a presei*, Editura Fundației „România de mâine”, 2000.
 Stănciugelu, Irina, *Măștile comunicării. De la etică la manipulare și înapoi*, Editura Tritonic, București, 2009.
 Wilcox, Dennis L., Cameron, Glen T., Ault, Phillip H., Agee, Warren K., *Relații publice. Strategii și tactici*, Editura Curtea Veche, București, 2009.
 Codurile deontologice ale jurnalistului din România, disponibile pe www.paginademedia.ro

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

- Absolvenții masteratului vor putea valorifica aceste conținuturi în activitățile de cercetare ulterioare, în practica antreprenoriatului sau în cea de PR.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Parcurgerea și însușirea conținuturilor predate.	Evaluarea continuă prin metode orale.	10%
	Studiul bibliografiei și elaborarea portofoliului de fișe din studiile indicate.	Evaluarea continuă prin metode orale.	5%
10.5 Seminar/laborator	Elaborarea, în conformitate cu standardele științifice academice, a unei lucrări pe o temă propusă la sfârșitul semestrului.	Evaluarea sumativă prin probă scrisă	65%
	Participarea la dezbaterile din cadrul seminariilor.	Evaluarea continuă prin metode orale.	20%
10.6 Standard minim de performanță			
Media notelor acordate la seminar să nu fie mai mică de 5.			
Media notelor acordate pentru temele de casă, portofolii, referate etc. să nu fie mai mică de 5.			
Acoperirea unui procent de 50 % din subiectul prevăzut pentru lucrarea finală.			

Data completării
20.01.2025

Semnătura titularului de curs
Conf. univ. dr. Cătălin Negoită

Semnătura titularului de seminar
Conf. univ. dr. Cătălin Negoită

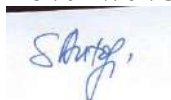



Data avizării în catedră

30.01.2025

Semnătura șefului catedrei

Prof. univ. dr. Simona Antofi



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați
1.2 Facultatea / Departamentul	Facultatea de Litere
1.3 Catedra	Departamentul de literatură, lingvistică și jurnalism
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii	Masterat
1.6 Programul de studii/Calificarea	Comunicare, media și PR

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	TEHNICI ȘI CAMPANII DE PR I						
2.2 Titularul activităților de curs	Lector dr. Petrica Pașilea						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lector dr. Petrica Pașilea						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	1	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	Ob.

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	2	din care: 3.2 curs	1	3.3 seminar/laborator	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	28	din care: 3.5 curs	14	3.6 seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					45
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					35
Pregătire seminare/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					25
Tutorat					12
Examinări					5
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual	122				
3.9 Total ore pe semestru	150				
3.10 Numărul de credite	6				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	-Introducere în relații publice
4.2 de competențe	-Competențe TIC

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	- sala de curs, videoproiector, laptop, conexiune la internet, software adecvat - cursul se completează cu activități de autoinstruire pe baza suportului/notițelor de curs și a materialelor bibliografice
5.2. de desfășurare a seminarului	- sala de seminar, videoproiector, laptop, conexiune la internet, software adecvat, planșe, fișe de lucru - activitățile de seminar se desfășoară pe baza bibliografiei indicate. Sarcinile de lucru se rezolvă atât în echipe de lucru, cât și individual, sub îndrumarea și controlul cadrului didactic

6. Competențele specifice acumulate

conform ECSO, disponibile aici: <https://www.anc.edu.ro/competente/>

Competențe profesionale	CP1. Face cercetare de fond referitor la tema creației scrise. CP2. Verifică texte. CP3. Utilizează tehnici de scriere specifice. CP4. Prezintă argumente în mod convingător. CP5. Se adaptează la situațiile în schimbare. CP6. Urmează un cod de conduită etică al jurnaliștilor.
--------------------------------	--

Competențe transversale	CT1. Gândește critic. CT2. Face față stresului. CT3. Soluționează probleme. CT4. Construiește spirit de echipă.
-------------------------	--

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Cursul își propune să familiarizeze studenții cu diversele concepte și paradigme din domeniu. Aceștia vor acumula cunoștințe despre teoria comunicării, având ca scop integrarea lor într-un viitor proiect de cercetare în domeniu.. Seminarul urmărește să dezvolte abilitățile studenților în utilizarea tehnicilor de comunicare, de analiză critică și aplicativă, oferind o înțelegere aprofundată a teoriilor generale din sfera relațiilor publice și comunicării media.
7.2 Obiectivele specifice	Utilizarea adecvată a conceptelor specifice relațiilor publice; Cunoașterea și înțelegerea etapelor parcurse în elaborarea unei campanii de relații publice; Utilizarea unor metode de cercetare calitativă și cantitativă în PR; Proiectarea/realizarea unei campanii de relații publice.

8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Curs introductiv. Delimitări conceptuale – 2 ore 2. Departamentul intern de relații publice. Agenția de PR – 2 ore 3. Purtătorul de cuvânt – rol, calități, atribuții – 2 ore 4. Mesajul: atenție, înțelegere, credibilitate – 2 ore 5. Relaționarea cu presa: competențe și valori – 2 ore 6. Relații publice în mediul online – 2 ore 7. Etica persuasiunii – 2 ore	prelegerea, conversația euristică, dezbateră, explicația, observația; prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului reflexiv	

Bibliografie

Balaban, Cristina Delia, *Comunicare publicitară*, Editura Accent, Cluj-Napoca, 2005.
Beciu, Camelia., *Politica discursivă. Practici politice într-o campanie electorală*, Polirom, Iași, 2000.
Beckett, Charlie, Yaseen, Mira, *Generating Change. A global survey of what news organisations are doing with artificial intelligence*, disponibil pe <https://www.journalism.ai/research/2023-generating-change>.
Bertrand, C., J., coord., *O introducere în presa scrisă și vorbită*, Polirom, Iași, 2000.
Boutaud, Jean-Jacques. *Comunicare, semiotica si semne publicitare. Teorii, modele si aplicatii*, Editura Tritonic, Bucuresti 2005.
Datușescu, Petre, *Cercetarea de marketing. Cum pătrunzi în mintea consumatorului, cum măsoari și cum analizezi informația*, Brandbuilders Grup, 2006.
Coman, Cristina, *Comunicarea de criză. Tehnici și strategii*, Editura Polirom, Iași, 2009.
Coman, Cristina, *Relații publice și mass-media*, Editura Polirom, Iași, 2004.
Coman, Cristina, *Relații publice, principii și strategii*, Editura Polirom, Iași, 2001.
Cmeci, Camelia, *Tendențe actuale în campaniile de relații publice*, Editura Polirom, Iași, 2013.
Dafinoiu, I., *Mecanisme și strategii ale persuasiunii*, Editura Polirom Iași, 1996.
Dagenais, Bernard, *Profesia de relaționist*, Editura Polirom, 2002.
Dagenais, Bernard, *Campania de relații publice*, Editura Polirom, 2003.
Dancu Vasile Sebastian. *Comunicarea simbolică. Arhitectura discursului publicitar*, Editura Dacia, Cluj-Napoca, 1999.
Drăgan, Ioan, Beciu, Camelia, Dragomirescu, Ioana, *Construcția simbolică a câmpului electoral*, Institutul European, Iași, 1998.
Ficeac, Bogdan. *Tehnici de manipulare*, Editura Nemira, București, 1998.
Kapferer, Jean-Noel. *Căile persuasiunii-modul de influențare a comportamentelor prin mass-media si publicitate*, Comunicare.ro, Bucuresti, 2002.
Larson, Charles U., *Persuasiunea. Receptare și responsabilitate*, Editura Polirom, Iași, 2003.

Sălăvăstru, Constantin, *Teoria și practica argumentării*. Editura Polirom, Iași, 2003.

McQuail, Denis, *Comunicarea*, Institutul European, Iași, 1999.

Mucchielli, Alex, *Arta de a influența. Analiza tehnicilor de manipulare*, Polirom, 2002 .

Newman, Nic, Cherubini, Federica, *Journalism, media, and technology trends and predictions 2025*, disponibil pe <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2025>.

Nic Newman, Richard Fletcher, Craig T. Robertson, Amy Ross Arguedas, Rasmus Kleis Nielsen, *Reuters Institute Digital News Report 2024*, Reuters Institute for the Study of Journalism, 2024, disponibil pe https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2024-06/RISJ_DNR_2024_Digital_v10%20lr.pdf.

Păuș, Viorica Aura, *Comunicare și resurse umane*, Editura Polirom, 2006.

Radu, Raluca-Nicoleta, *Deontologia comunicării publice*, Editura Polirom, 2015.

Ries, Al, Ries Laura, *Căderea advertisingului și ascensiunea PR-ului*, Brandbuilders Group, București, 2005.

Wilcox, Dennis L., Cameron, Glen T., Ault, Phillip H., Agee, Warren K., *Relații publice strategii și tactici*, Editura Curtea Veche, București, 2009.

8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Comunicarea interpersonală și organizațională - 2 ore 2. Instrumente și metode de relaționare cu mass-media – 2 ore 3. Comunicatul și conferința de presă – 2 ore 4. Comunicarea prin intermediul platformelor - 2 ore 5. Opinia publică și persuasiunea - 4 ore 6. Principalele tendințe în sfera relațiilor publice - 2 ore	conversația euristică, explicația, exercițiul, observația, munca independentă, activitate pe grupe, problematizarea; investigația; referatul; proiectul; portofoliul; autoevaluarea	

Bibliografie

Balaban, Cristina Delia, *Comunicare publicitară*, Editura Accent, Cluj-Napoca, 2005.

Beciu, Camelia., *Politica discursivă. Practici politice într-o campanie electorală*, Polirom, Iași, 2000.

Beckett, Charlie, Yaseen, Mira, *Generating Change. A global survey of what news organisations are doing with artificial intelligence*, disponibil pe <https://www.journalism.ai/info/research/2023-generating-change>.

Bertrand, C., J., coord., *O introducere în presa scrisă și vorbită*, Polirom, Iași, 2000.

Boutaud, Jean-Jacques. *Comunicare, semiotica si semne publicitare. Teorii, modele si aplicatii*, Editura Tritonic, Bucuresti 2005.

Datculescu, Petre, *Cercetarea de marketing. Cum pătrunzi în mintea consumatorului, cum măsoari și cum analizezi informația*, Brandbuilders Grup, 2006.

Coman, Cristina, *Comunicarea de criză. Tehnici și strategii*, Editura Polirom, Iași, 2009.

Coman, Cristina, *Relații publice și mass-media*, Editura Polirom, Iași, 2004.

Coman, Cristina, *Relații publice, principii și strategii*, Editura Polirom, Iași, 2001.

Cmeciu, Camelia, *Tendințe actuale în campaniile de relații publice*, Editura Polirom, Iași, 2013.

Dafinoiu, I., *Mecanisme și strategii ale persuasiunii*, Editura Polirom Iași, 1996.

Dagenais, Bernard, *Profesia de relaționist*, Editura Polirom, 2002.

Dagenais, Bernard, *Campania de relații publice*, Editura Polirom, 2003.

Dancu Vasile Sebastian. *Comunicarea simbolică. Arhitectura discursului publicitar*, Editura Dacia, Cluj-Napoca, 1999.

Drăgan, Ioan, Beciu, Camelia, Dragomirescu, Ioana, *Construcția simbolică a câmpului electoral*, Institutul European, Iași, 1998.

Ficeac, Bogdan. *Tehnici de manipulare*, Editura Nemira, București, 1998.

Kapferer, Jean-Noel. *Căile persuasiunii-modul de influențare a comportamentelor prin mass-media si publicitate*, Comunicare.ro, Bucuresti, 2002.

Larson, Charles U., *Persuasiunea. Receptare și responsabilitate*, Editura Polirom, Iași, 2003.

Sălăvăstru, Constantin, *Teoria și practica argumentării*. Editura Polirom, Iași, 2003.

McQuail, Denis, *Comunicarea*, Institutul European, Iași, 1999.

Mucchielli, Alex, *Arta de a influența. Analiza tehnicilor de manipulare*, Polirom, 2002 .

Newman, Nic, Cherubini, Federica, *Journalism, media, and technology trends and predictions 2025*, disponibil pe <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2025>.

Nic Newman, Richard Fletcher, Craig T. Robertson, Amy Ross Arguedas, Rasmus Kleis Nielsen, *Reuters Institute Digital News Report 2024*, Reuters Institute for the Study of Journalism, 2024, disponibil pe https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2024-06/RISJ_DNR_2024_Digital_v10%20lr.pdf.

Păuș, Viorica Aura, *Comunicare și resurse umane*, Editura Polirom, 2006.

Radu, Raluca-Nicoleta, *Deontologia comunicării publice*, Editura Polirom, 2015.

Ries, Al, Ries Laura, *Căderea advertisingului și ascensiunea PR-ului*, Brandbuilders Group, București, 2005.
 Wilcox, Dennis L., Cameron, Glen T., Ault, Phillip H., Agee, Warren K., *Relații publice strategii și tactici*, Editura Curtea Veche, București, 2009.

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

- Conținuturile disciplinei sunt în concordanță cu ceea ce se studiază în alte instituții și centre universitare care derulează programe de predare similare. Absolvenții acestui curs vor putea valorifica aceste conținuturi în activitățile profesionale și de cercetare ulterioare, în elaborarea unor proiecte individuale sau în activitățile derulate în cadrul unor proiecte de echipă.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- Capacitate de sinteza si prelucrare a informațiilor primite; Capacitate de definire de concepte, de demonstrație etc.	- evaluarea finală (examen)	minimum 50%
10.5 Seminar/laborator	- Însușirea și înțelegerea cunoștințelor prezentate în curs. Capacitatea de a explica și utiliza corect metodele, conceptele și noțiunile prezentate - Rezolvarea corectă și completă a temelor propuse, cu demonstrarea capacității de a explica și de a interpreta conținuturile teoretice și practice ale disciplinei.	- studii de caz, portofolii, referate, comentarii și rezumate; dezbateri pe teme legate de noțiunile studiate	maximum 50%
	- Manifestări atitudinale	- Participare activă, conștiinciozitate, interes pentru studiul individual și în grup	
10.6 Standard minim de performanță			
• însușirea noțiunilor de bază ale disciplinei • utilizarea parțial adecvată a terminologiei și a aparatului conceptual asociate disciplinei • elaborarea unui proiect de specialitate sau cel puțin a unei părți a unui asemenea proiect, aplicând atât cunoștințe, teorii și metode de analiză proprii disciplinei, cât și norme și principii de etică profesională.			

Data completării
20.01.2025

Semnătura titularului de curs

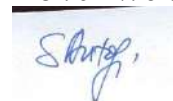


Semnătura titularului de seminar



Data avizării în catedră
30.01.2025

Semnătura directorului de departament
Prof. univ. dr. Simona Antofi



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați
1.2 Facultatea / Departamentul	Facultatea de Litere
1.3 Catedra	Departamentul de literatură, lingvistică și jurnalism
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii	Masterat
1.6 Programul de studii/Calificarea	Comunicare, media și PR

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	TEHNICI ȘI CAMPANII DE PR II						
2.2 Titularul activităților de curs	Lector dr. Petrica Pațilea						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lector dr. Petrica Pațilea						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	2	2.6 Tipul de evaluare	V	2.7 Regimul disciplinei	Ob.

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	2	din care: 3.2 curs	1	3.3 seminar/laborator	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	28	din care: 3.5 curs	14	3.6 seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					45
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					30
Pregătire seminare/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					30
Tutorat					12
Examinări					5
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual		122			
3.9 Total ore pe semestru		150			
3.10 Numărul de credite		6			

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	-Introducere în relații publice
4.2 de competențe	-Competențe TIC

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	- sala de curs, videoproiector, laptop, conexiune la internet, software adecvat - cursul se completează cu activități de autoinstruire pe baza suportului/notițelor de curs și a materialelor bibliografice
5.2. de desfășurare a seminarului	- sala de seminar, videoproiector, laptop, conexiune la internet, software adecvat, planșe, fișe de lucru - activitățile de seminar se desfășoară pe baza bibliografiei indicate. Sarcinile de lucru se rezolvă atât în echipe de lucru, cât și individual, sub îndrumarea și controlul cadrului didactic

6. Competențele specifice acumulate

conform ECSO, disponibile aici: <https://www.anc.edu.ro/competente/>

Competențe profesionale	CP1. Face cercetare de fond referitor la tema creației scrise. CP2. Verifică texte. CP3. Utilizează tehnici de scriere specifice. CP4. Prezintă argumente în mod convingător. CP5. Se adaptează la situațiile în schimbare. CP6. Urmează un cod de conduită etică al jurnaliștilor.
--------------------------------	--

Competențe transversale	CT1. Gândește critic. CT2. Face față stresului. CT3. Soluționează probleme. CT4. Construiește spirit de echipă
-------------------------	---

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Cursul își propune să familiarizeze studenții cu diversele concepte și paradigme din domeniu. Aceștia vor acumula cunoștințe despre teoria comunicării, având ca scop integrarea lor într-un viitor proiect de cercetare în domeniu.. Seminarul urmărește să dezvolte abilitățile studenților în utilizarea tehnicilor de comunicare, de analiză critică și aplicativă, oferind o înțelegere aprofundată a teoriilor generale din sfera relațiilor publice și comunicării media.
7.2 Obiectivele specifice	Utilizarea adecvată a conceptelor specifice relațiilor publice; Cunoașterea și înțelegerea etapelor parcurse în elaborarea unei campanii de relații publice; Utilizarea unor metode de cercetare calitativă și cantitativă în PR; Proiectarea/realizarea unei campanii de relații publice.

8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Organizația – profil și publicuri – 2 ore 2. Tipologia campaniilor de relații publice – 2 ore 3. Planificarea comunicării – 2 ore 4. Strategia campaniei de PR – 2 ore 5. Tehnici de relații publice – 2 ore 6. Campania de relații publice online – 2 ore 7. Comunicarea în situații de criză și risc – 2 ore	prelegerea, conversația euristică, dezbaterea, explicația, observația; prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului reflexiv	

Bibliografie

Balaban, Cristina Delia, *Comunicare publicitară*, Editura Accent, Cluj-Napoca, 2005.
Beciu, Camelia., *Politica discursivă. Practici politice într-o campanie electorală*, Polirom, Iași, 2000.
Beckett, Charlie, Yaseen, Mira, *Generating Change. A global survey of what news organisations are doing with artificial intelligence*, disponibil pe <https://www.journalism.ai/info/research/2023-generating-change>.
Bertrand, C., J., coord., *O introducere în presa scrisă și vorbită*, Polirom, Iași, 2000.
Boutaud, Jean-Jacques. *Comunicare, semiotica și semne publicitare. Teorii, modele și aplicații*, Editura Tritonic, București 2005.
Datușescu, Petre, *Cercetarea de marketing. Cum pătrunzi în mintea consumatorului, cum măsoară și cum analizezi informația*, Brandbuilders Grup, 2006.
Coman, Cristina, *Comunicarea de criză. Tehnici și strategii*, Editura Polirom, Iași, 2009.
Coman, Cristina, *Relații publice și mass-media*, Editura Polirom, Iași, 2004.
Coman, Cristina, *Relații publice, principii și strategii*, Editura Polirom, Iași, 2001.
Cmeci, Camelia, *Tendențe actuale în campaniile de relații publice*, Editura Polirom, Iași, 2013.
Dafinoiu, I., *Mecanisme și strategii ale persuasiunii*, Editura Polirom Iași, 1996.
Dagenais, Bernard, *Profesia de relaționist*, Editura Polirom, 2002.
Dagenais, Bernard, *Campania de relații publice*, Editura Polirom, 2003.
Dancu Vasile Sebastian. *Comunicarea simbolică. Arhitectura discursului publicitar*, Editura Dacia, Cluj-Napoca, 1999.
Drăgan, Ioan, Beciu, Camelia, Dragomirescu, Ioana, *Construcția simbolică a câmpului electoral*, Institutul European, Iași, 1998.
Ficeac, Bogdan. *Tehnici de manipulare*, Editura Nemira, București, 1998.
Kapferer, Jean-Noel. *Căile persuasiunii-modul de influențare a comportamentelor prin mass-media și publicitate*, Comunicare.ro, București, 2002.

Larson, Charles U., *Persuasiunea. Receptare și responsabilitate*, Editura Polirom, Iași, 2003.
 Sălăvăstru, Constantin, *Teoria și practica argumentării*. Editura Polirom, Iași, 2003.
 McQuail, Denis, *Comunicarea*, Institutul European, Iași, 1999.
 Mucchielli, Alex, *Arta de a influența. Analiza tehnicilor de manipulare*, Polirom, 2002 .
 Newman, Nic, Cherubini, Federica, *Journalism, media, and technology trends and predictions 2025*, disponibil pe <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2025>.
 Nic Newman, Richard Fletcher, Craig T. Robertson, Amy Ross Arguedas, Rasmus Kleis Nielsen, *Reuters Institute Digital News Report 2024*, Reuters Institute for the Study of Journalism, 2024, disponibil pe https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2024-06/RISJ_DNR_2024_Digital_v10%20lr.pdf.
 Păuș, Viorica Aura, *Comunicare și resurse umane*, Editura Polirom, 2006.
 Radu, Raluca-Nicoleta, *Deontologia comunicării publice*, Editura Polirom, 2015.
 Ries, Al, Ries Laura, *Căderea advertisingului și ascensiunea PR-ului*, Brandbuilders Group, București, 2005.
 Wilcox, Dennis L., Cameron, Glen T., Ault, Phillip H., Agee, Warren K., *Relații publice strategii și tactici*, Editura Curtea Veche, București, 2009.

8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Conceperea planului de comunicare – 2 ore 2. Obiective, public țintă, mesaj – 2ore 3. Suporturi, buget, calendar – 2 ore 4. Tipuri de mesaj pentru diferite canale media – 2 ore 5. Elemente de legislație: libertate de exprimare, drepturi de autor, mărci comerciale – 4 ore 6. Monitorizarea de presă – 2 ore	conversația euristică, explicația, exercițiul, observația, munca independentă, activitate pe grupe, problematizarea; investigația; referatul; proiectul; portofoliul; autoevaluarea	

Bibliografie

Balaban, Cristina Delia, *Comunicare publicitară*, Editura Accent, Cluj-Napoca, 2005.
 Beciu, Camelia., *Politica discursivă. Practici politice într-o campanie electorală*, Polirom, Iași, 2000.
 Beckett, Charlie, Yaseen, Mira, *Generating Change. A global survey of what news organisations are doing with artificial intelligence*, disponibil pe <https://www.journalism.ai/info/research/2023-generating-change>.
 Bertrand, C., J., coord., *O introducere în presa scrisă și vorbită*, Polirom, Iași, 2000.
 Boutaud, Jean-Jacques. *Comunicare, semiotica și semne publicitare. Teorii, modele și aplicații*, Editura Tritonic, București 2005.
 Datculescu, Petre, *Cercetarea de marketing. Cum pătrunzi în mintea consumatorului, cum măsoară și cum analizezi informația*, Brandbuilders Grup, 2006.
 Coman, Cristina, *Comunicarea de criză. Tehnici și strategii*, Editura Polirom, Iași, 2009.
 Coman, Cristina, *Relații publice și mass-media*, Editura Polirom, Iași, 2004.
 Coman, Cristina, *Relații publice, principii și strategii*, Editura Polirom, Iași, 2001.
 Cmeciu, Camelia, *Tendențe actuale în campaniile de relații publice*, Editura Polirom, Iași, 2013.
 Dafinoiu, I., *Mecanisme și strategii ale persuasiunii*, Editura Polirom Iași, 1996.
 Dagenais, Bernard, *Profesia de relaționist*, Editura Polirom, 2002.
 Dagenais, Bernard, *Campania de relații publice*, Editura Polirom, 2003.
 Dancu Vasile Sebastian. *Comunicarea simbolică. Arhitectura discursului publicitar*, Editura Dacia, Cluj-Napoca, 1999.
 Drăgan, Ioan, Beciu, Camelia, Dragomirescu, Ioana, *Construcția simbolică a câmpului electoral*, Institutul European, Iași, 1998.
 Ficeac, Bogdan. *Tehnici de manipulare*, Editura Nemira, București, 1998.
 Kapferer, Jean-Noel. *Căile persuasiunii-modul de influențare a comportamentelor prin mass-media și publicitate*, Comunicare.ro, București, 2002.
 Larson, Charles U., *Persuasiunea. Receptare și responsabilitate*, Editura Polirom, Iași, 2003.
 Sălăvăstru, Constantin, *Teoria și practica argumentării*. Editura Polirom, Iași, 2003.
 McQuail, Denis, *Comunicarea*, Institutul European, Iași, 1999.
 Mucchielli, Alex, *Arta de a influența. Analiza tehnicilor de manipulare*, Polirom, 2002 .
 Newman, Nic, Cherubini, Federica, *Journalism, media, and technology trends and predictions 2025*, disponibil pe <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2025>.
 Nic Newman, Richard Fletcher, Craig T. Robertson, Amy Ross Arguedas, Rasmus Kleis Nielsen, *Reuters Institute Digital News Report 2024*, Reuters Institute for the Study of Journalism, 2024, disponibil pe https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2024-06/RISJ_DNR_2024_Digital_v10%20lr.pdf.

Păuș, Vioric a Aura, *Comunicare și resurse umane*, Editura Polirom, 2006.
 Radu, Raluca-Nicoleta, *Deontologia comunicării publice*, Editura Polirom, 2015.
 Ries, Al, Ries Laura, *Căderea advertisingului și ascensiunea PR-ului*, Brandbuilders Group, București, 2005.
 Wilcox, Dennis L., Cameron, Glen T., Ault, Phillip H., Agee, Warren K., *Relații publice strategii și tactici*, Editura Curtea Veche, București, 2009.

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

- Conținuturile disciplinei sunt în concordanță cu ceea ce se studiază în alte instituții și centre universitare care derulează programe de predare similare. Absolvenții acestui curs vor putea valorifica aceste conținuturi în activitățile profesionale și de cercetare ulterioare, în elaborarea unor proiecte individuale sau în activitățile derulate în cadrul unor proiecte de echipă.

10. Evaluare

10. Evaluare			
Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- Capacitate de sinteza si prelucrare a informațiilor primite; Capacitate de definire de concepte, de demonstrație etc.	- evaluarea finală (examen)	minimum 50%
10.5 Seminar/laborator	- Însușirea și înțelegerea cunoștințelor prezentate în curs. Capacitatea de a explica și utiliza corect metodele, conceptele și noțiunile prezentate - Rezolvarea corectă și completă a temelor propuse, cu demonstrarea capacității de a explica și de a interpreta conținuturile teoretice și practice ale disciplinei.	- studii de caz, portofolii, referate, comentarii și rezumate; dezbateri pe temele legate de noțiunile studiate	maximum 50%
	- Manifestări atitudinale	- Participare activă, conștiinciozitate, interes pentru studiul individual și în grup	
10.6 Standard minim de performanță			
• însușirea noțiunilor de bază ale disciplinei • utilizarea parțial adecvată a terminologiei și a aparatului conceptual asociate disciplinei • elaborarea unui proiect de specialitate sau cel puțin a unei părți a unui asemenea proiect, aplicând atât cunostinte, teorii și metode de analiză proprii disciplinei, cât și norme și principii de etică profesională.			

Data completării
20.01.2025

Semnătura titularului de curs

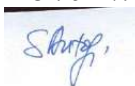


Semnătura titularului de seminar



Data avizării în catedră
30.01.2025

Semnătura directorului de departament
Prof. univ. dr. Simona Antofi



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați
1.2 Facultatea / Departamentul	Facultatea de Litere
1.3 Catedra	Literatură, lingvistică și jurnalism
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii	Masterat
1.6 Programul de studii/Calificarea	COMUNICARE, MEDIA ȘI PR

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	EMISIUNI AUDIO-VIDEO / ONLINE ȘI GRILE DE PROGRAME						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf. dr. Cătălin Negoită						
2.3 Titularul activităților de seminar	Conf. dr. Cătălin Negoită						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	I, II	2.6 Tipul de evaluare	Examen, Verificare	2.7 Regimul disciplinei	Oblig atorie

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	2	din care: 3.2 curs	1	3.3 seminar/laborator	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					90
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					75
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					65
Tutoriat					10
Examinări					4
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual	244				
3.9 Total ore pe semestru	300				
3.10 Numărul de credite	12				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	-
4.2 de competențe	Competențe TIC

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	• Laborator echipat cu calculatoare, TV și acces la Internet.
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	• Laborator echipat cu calculatoare, TV și acces la Internet.

6. Competențele specifice acumulate

conform ECSO, disponibile aici: <https://www.anc.edu.ro/competente/>

Competențe profesionale	CP1. Face cercetare de fond referitor la tema creației scrise. CP2. Examinează critic procesele de producție artistică. CP3. Creează conținut de știri pentru mediul online. CP4. Verifică texte. CP5. Se adaptează în funcție de tipul de mass-media. CP6. Urmează un cod de conduită etică al jurnaliștilor. CP7. Utilizează tehnici de scriere specifice. CP8. Se adaptează la situațiile în schimbare. CP9. Elaborează strategia mediatică.
--------------------------------	---

Competențe transversale	CT1. Gândește critic; CT2. Face față stresului; CT3. Soluționează probleme; CT4. Construiește spirit de echipă.
-------------------------	--

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	- Familiarizarea studenților cu principiile de realizare a emisiunilor audio-video și online. - Dezvoltarea competențelor de analiză și proiectare a grilelor de programe pentru diverse tipuri de media.
7.2 Obiectivele specifice	- Însușirea metodelor de gestionare a conținutului media în funcție de publicul țintă. - Realizarea unor materiale/emisiuni audio-video.

8. Conținuturi

8. 1 Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. Introducere în producția audio-video și online - Definiții și concepte - Evoluția formatelor media	2h 2h	Prelegerea, conversația euristică, explicația, dezbateră, problematizarea.	- Masteranzii vor fi îndrumați în vederea consultării unor resurse bibliografice (inclusiv electronice) și a documentării suplimentare privind problematica vizată în cadrul cursurilor.
2. Principii de realizare a emisiunilor audio-video - Structura unei emisiuni - Scenariu, regie și producție	2h 2h		
3. Platforme media și crearea de conținut - Canale tradiționale și digitale - Streaming și interactivitate	2h		
4. Grile de programe. Concepere și implementare	2h		
5. Impactul emisiunilor asupra publicului - Măsurarea audienței și feedback-ului - Strategii de adaptare a conținutului	2h 2h		
6. Organizarea producției media - Echipa de filmare - Formate de emisiuni	2h 2h		
7. Montaj și post-producție - Instrumente și software-uri de editare - Tehnici de montaj - Inteligența artificială și automatizarea în post-producție	2h 2h 2h		
8. Tehnici de realizare a transmisiilor în direct	2h		

Bibliografie:

- ALBERT, P., Istoria radioteleviziunii, Editura Institutul European, Iași, 2003.
- BAKENHUS, N., Radioul local. Ghid practic pentru jurnaliști, Editura Polirom, Iași, 1998.
- BALABAN, D., Comunicare mediatică, Editura Tritonic, București, 2009.
- BIGNELL, J., Manual practic de televiziune, Editura Polirom, București, 2009.
- BOURDIEU, P., Despre televiziune, Editura ART, București, 2007.
- BOYD, A., Broadcast Journalism: Techniques of Radio and TV News, Focal Press, Oxford, 1997.
- COMAN, Mihai, Introducere în sistemul mass-media, Editura Polirom, Iași, 2016.
- CHARAUDEAU, P., Talk-show-ul: despre libertatea cuvântului ca mit, Editura Polirom, Iași, 2005.
- GOODWIN, A., Televiziunea pe înțelesul tuturor, Editura Institutul European, Iași, 2004.
- IONICĂ, L., Introducere în industria și producția de televiziune, Editura Universității de Vest, Timișoara, 2009.
- McQUAIL, D., WINDAHL, S. Modele ale comunicării pentru studiul comunicării de masă, Editura Comunicare.ro București, 2001.
- PETCU, M., Istoria jurnalismului și a publicității în România, Editura Polirom, Iași, 2007.
- RUSU-PĂSĂRIN, G., Comunicarea radiofonică: provocări actuale: conceperea și elaborarea emisiunilor

radiofonice, Editura Tritonic, București, 2012.			
14. ZECA-BUZURA, D., Jurnalismul de televiziune, Editura Polirom, Iași, 2005.			
15. ZIMMER, G., HAAS, Michael H., FRIGGE, U., Radio management: manualul jurnalistului de radio, Editura Polirom, Iași, 2001.			
8. 2 Seminar/laborator	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. Analiza și identificarea structurii unei grile de programe TV	4h	Prelegerea, explicația, problematizarea, conversația euristică, dezbateră, analiza de text.	- Masteranzii au obligația de a parcurge bibliografia de referință.
2. Tehnici de intervievare în talk-show și jurnale de știri	4h		
3. Studiu de caz: Structura și formatul emisiunilor online	2h		
4. Crearea unui concept de emisiune pentru mediul digital	2h		
5. Identificarea unor modele de prezentatori și moderatori TV de succes. Calități, tipologii umane, comparații.	2h		
6. Publicitatea în cadrul Radio și TV versus publicitatea online. Reglementări specifice	2h		
7. Modalități de evaluare a ratingurilor și metricilor de audiență	2h		
8. Adaptarea conținutului media la diferite categorii de public. Studiu de caz	2h		
9. Temă practică: Crearea unui scenariu pentru o emisiune online	2h		
10. Responsabilitățile etice ale realizatorului de emisiuni audio-video	2h		
11. Simularea unei emisiuni live: provocări și soluții	4h		
8.3 Bibliografie:			
16. ALBERT, P., Istoria radioteleviziunii, Editura Institutul European, Iași, 2003.			
17. BAKENHUS, N., Radioul local. Ghid practic pentru jurnaliști, Editura Polirom, Iași, 1998.			
18. BALABAN, D., Comunicare mediatică, Editura Tritonic, București, 2009.			
19. BIGNELL, J., Manual practic de televiziune, Editura Polirom, București, 2009.			
20. BOURDIEU, P., Despre televiziune, Editura ART, București, 2007.			
21. BOYD, A., Broadcast Journalism: Techniques of Radio and TV News, Focal Press, Oxford, 1997.			
22. COMAN, Mihai, Introducere în sistemul mass-media, Editura Polirom, Iași, 2016.			
23. CHARAUDEAU, P., Talk-show-ul: despre libertatea cuvântului ca mit, Editura Polirom, Iași, 2005.			
24. GOODWIN, A., Televiziunea pe înțelesul tuturor, Editura Institutul European, Iași, 2004.			
25. IONICĂ, L., Introducere în industria și producția de televiziune, Editura Universității de Vest, Timișoara, 2009.			
26. McQUAIL, D., WINDAHL, S. Modele ale comunicării pentru studiul comunicării de masă, Editura Comunicare.ro București , 2001.			
27. PETCU, M., Istoria jurnalismului și a publicității în România, Editura Polirom, Iași, 2007.			
28. RUSU-PĂȘĂRIN, G., Comunicarea radiofonică: provocări actuale: conceperea și elaborarea emisiunilor radiofonice, Editura Tritonic, București, 2012.			
29. ZECA-BUZURA, D., Jurnalismul de televiziune, Editura Polirom, Iași, 2005.			
30. ZIMMER, G., HAAS, Michael H., FRIGGE, U., Radio management: manualul jurnalistului de radio, Editura Polirom, Iași, 2001.			
1.			

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

Programul de studiu este aliniat la cerințele actuale ale pieței media, prin:	
- Colaborare cu posturi TV pentru stagii de practică; - Implementarea unor proiecte practice în cadrul seminariilor pentru a reproduce scenarii reale din mediul profesional	

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Parcurgerea și însușirea conținuturilor predate.	Evaluarea continuă prin metode orale.	10%
	Studiul bibliografiei și elaborarea portofoliului de fișe din studiile indicate.	Evaluarea continuă prin metode orale.	10%

10.5 Seminar/laborator	Elaborarea, în conformitate cu standardele științifice academice, a unei lucrări pe o temă propusă la sfârșitul semestrului.	Evaluarea sumativă prin probă scrisă.	50%
	Participarea la dezbaterile din cadrul seminariilor.	Evaluarea continuă prin metode orale.	30%
10.6 Standard minim de performanță			
Media notelor acordate la seminar să nu fie mai mică de 5. Media notelor acordate pentru temele de casă, portofolii, referate etc. să nu fie mai mică de 5. Acoperirea unui procent de 50 % din subiectul prevăzut pentru lucrarea finală.			

Data completării

20.01.2025

Semnătura titularului de curs

Conf. dr. Cătălin Negoită



Semnătura titularului de seminar

Conf. dr. Cătălin Negoită



Data avizării în catedră

30.01.2025

Semnătura șefului catedrei

Prof. univ. dr. Simona Antofi



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați
1.2 Facultatea / Departamentul	Facultatea de Litere
1.3 Catedra	Departamentul de literatură, lingvistică și jurnalism
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii	Masterat
1.6 Programul de studii/Calificarea	Comunicare, media și PR

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	PRACTICA DE SPECIALITATE (sem. I)						
2.2 Titularul activităților de curs							
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. dr. Daniela Bogdan						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare	Verificare	2.7 Regimul disciplinei	Obligatorie

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	1	din care: 3.2 curs	-	3.3 seminar/laborator	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	14	din care: 3.5 curs	-	3.6 seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					2
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					2
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					4
Tutoriat					1
Examinări					2
Alte activități					-
3.7 Total ore studiu individual	11				
3.9 Total ore pe semestru	25				
3.10 Numărul de credite	1				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	
4.2 de competențe	Competențe TIC

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	-sala de seminar, videoproiector, laptop, conexiune la internet, software adecvat, planșe, fișe de lucru, instituții media locale, -activitățile de seminar se desfășoară pe baza bibliografiei indicate. Sarcinile de lucru se rezolvă atât în echipe de lucru, cât și individual, sub îndrumarea și controlul cadrului didactic

6. Competențele specifice acumulate

conform ECSO, disponibile aici: <https://www.anc.edu.ro/competente/>

Competențe profesionale	CP1. Face cercetare de fond referitor la tema creației scrise. CP2. Examinează critic procesele de producție artistică. CP3. Verifică texte. CP4. Utilizează tehnici de scriere specifice. CP5. Se adaptează în funcție de tipul de mass-media. CP6. Urmează un cod de conduită etică al jurnaliștilor.
--------------------------------	--

Competențe transversale	CT1. Gândește critic. CT2. Face față stresului. CT3. Soluționează probleme. CT4. Construiește spirit de echipă.
--------------------------------	--

Lalp-

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Însușirea, de către studenți, a metodelor de realizare a unui produs media și familiarizarea cu instrumentarul tehnologic specific noilor media.
7.2 Obiectivele specifice	Dezvoltarea unor abilități practice de realizare a unor produse media în format multiplu.

8. Conținuturi

8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
- Seminar organizatoric – 2 ore. Realizarea unui produs jurnalistic de presă scrisă – 4 ore Realizarea unui produs jurnalistic de radio – 4 ore Realizarea unui produs jurnalistic de televiziune – 4 ore	Conversația euristică, dezbateră, problematizarea	
Bibliografie: Coman, Mihai, Introducere în sistemul mass-media, Editura Polirom, Iași, 2007 Coman, Mihai, Manual de jurnalism II, Editura Polirom, Iași, 1999 Coman, Cristina, Relațiile publice și mass-media, Editura Polirom, Iași, 2004		

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

--

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.5 Seminar/laborator		Elaborarea unui portofoliu cu activitățile de la practică.	50%
		Evaluarea continuă prin metode orale.	50%
10.6 Standard minim de performanță			

Data completării

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

20.01.2025

Lect. dr. Daniela Bogdan



Data avizării în catedră

Semnătura șefului catedrei

30.01.2025

Prof.univ. dr. Simona Antofi

Scutari,

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați
1.2 Facultatea / Departamentul	Facultatea de Litere
1.3 Catedra	Departamentul de literatură, lingvistică și jurnalism
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii	Masterat – 2 ani
1.6 Programul de studii/Calificarea	Masterat în Comunicare, media și PR

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	PRACTICA DE SPECIALITATE						
2.2 Titularul activităților de curs							
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. dr. Petrica Pațilea						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	II	2.6 Tipul de evaluare	Verificare	2.7 Regimul disciplinei	Obligatorie

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	1	din care: 3.2 curs	-	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	28	din care: 3.5 curs	-	3.6 seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					5
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					5
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					8
Tutoriat					2
Examinări					2
Alte activități					
3.7 Total ore studiu individual	22				
3.9 Total ore pe semestru	50				
3.10 Numărul de credite	2				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	
4.2 de competențe	Competențe TIC

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	-sala de seminar, videoproiector, laptop, conexiune la internet, software adecvat, planșe, fișe de lucru, instituții media locale, -activitățile de seminar se desfășoară pe baza bibliografiei indicate. Sarcinile de lucru se rezolvă atât în echipe de lucru, cât și individual, sub îndrumarea și controlul cadrului didactic

6. Competențele specifice acumulate

conform ECSO, disponibile aici: <https://www.anc.edu.ro/competente/>

Competențe profesionale	CP1. Face cercetare de fond referitor la tema creației scrise. CP2. Examinează critic procesele de producție artistică. CP3. Verifică texte. CP4. Utilizează tehnici de scriere specifice. CP5. Se adaptează în funcție de tipul de mass-media. CP6. Urmează un cod de conduită etică al jurnaliștilor.
--------------------------------	--

Competențe transversale	CT1. Gândește critic. CT2. Face față stresului. CT3. Soluționează probleme. CT4. Construiește spirit de echipă.
--------------------------------	--

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Însușirea, de către studenți, a metodelor de realizare a unei campanii publice și familiarizarea cu strategiile de PR..
7.2 Obiectivele specifice	Dezvoltarea unor abilități practice de realizare a unei campanii publice și de punere în practică a unor strategii eficiente de PR.

8. Conținuturi

8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
Monitorizarea activității de comunicare specifice unei instituții de profil. – 4 ore Realizarea unei documentări privind problematica specifică unei structuri a instituției de profil sau a unor baze de date. – 4 ore Descrierea și analiza modalităților de comunicare dintre compartimente, dintre conducere și angajați, dintre instituție și parteneri. – 4 ore Identificarea tipurilor de campanii de relații publice specifice instituției de profil – 4 ore Realizarea unor analize comparative sau studii de caz – 4 ore Pregătirea portofoliului de PR – 4 ore Analiza portofoliilor – 4 ore	Conversația euristică, dezbateră, problematizarea	
Bibliografie: Balaban D, F.R.Calin (coord.), <i>PR trend: teorie și practică în publicitate și relații publice</i> , Editura Tritonic, Bucuresti, 2007 Cmeci, Camelia Mihaela, <i>Tendinte actuale in campaniile de relatii publice</i> , Editura Polirom, Iasi, 2013 Păuș, Viorica Aura , <i>Comunicare și resurse umane</i> , Editura Polirom, Iasi, 2007 Rus, Flaviu Calin, <i>Campanii și strategii de PR</i> , Editura Institutul European, Iasi, 2009 Șerb, Stancu, <i>Relații Publice și comunicare</i> , Editura Teora, București, 2007		

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

--

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.5 Seminar/laborator		Elaborarea unui portofoliu cu activitățile de la practică.	50%
		Evaluarea continuă prin metode orale.	50%
10.6 Standard minim de performanță			

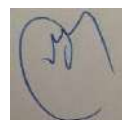
Data completării

Semnătura titularului de curs

Semnătura
titularului de
seminar

20.01.2025

Lect. dr. Petrica Pașilea



Data avizării în catedră

30.01.2025

Semnătura șefului catedrei
Prof.univ. dr. Simona Antofi

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați
1.2 Facultatea / Departamentul	Facultatea de Litere
1.3 Catedra	Literatură, Lingvistică și Jurnalism
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii	Studii universitare de master
1.6 Programul de studii/Calificarea	Comunicare, media și PR

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Practica pentru elaborarea lucrării de disertație						
2.2 Titularul activităților de curs	-						
2.3 Titularul activităților de seminar	Conf. univ. dr. Barna Iuliana						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	II	2.6 Tipul de evaluare	V	2.7 Regimul disciplinei	Obligatorie

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

3.1 Număr de ore pe săptămână		din care: 3.2 curs	-	3.3 seminar/laborator	
3.4 Total ore din planul de învățământ	40	din care: 3.5 curs	-	3.6 seminar/laborator	40
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					3
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					2
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					2
Tutoriat					1
Examinări					2
Alte activități					-
3.7 Total ore studiu individual		10			
3.9 Total ore pe semestru		50			
3.10 Numărul de credite		2			

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	- Însușirea cunoștințelor predate la disciplinele obligatorii și opționale, specificate în planul de învățământ al programului de masterat.
4.2 de competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Însușirea corectă a cunoștințelor predate la disciplinele obligatorii și opționale aferente specializării „Comunicare, media și PR”
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	Sala de activități didactice echipată cu videoproiector, laptop, conexiune la internet, software adecvat, planșe, fișe de lucru, Biblioteca UDJG

6. Competențele specifice acumulate

conform ECSO, disponibile aici: <https://www.anc.edu.ro/competente/>

Competențe profesionale	CP1. Face cercetare de fond referitor la tema creației scrie. CP2. Utilizează tehnici de scriere specifice. CP3. Prezintă argumente în mod convingător.
Competențe transversale	CT1. Gândește critic; CT2. Face față stresului; CT3. Soluționează probleme; CT4. Construiește spirit de echipă.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	- Realizarea lucrării de disertație, în vederea finalizării studiilor de masterat. - Formarea unor deprinderi practice menite să-i ajute pe viitorii absolvenți să se integreze pe piața muncii.
7.2 Obiectivele specifice	- Capacitatea de a asimila metodele de cercetare științifică în domeniul științelor comunicării și de a le aplica eficient în cadrul unor studii propuse; - Cunoașterea metodelor și tehnicilor de culegere, analiză și interpretare a informațiilor din surse deschise, pentru întocmirea de bibliografii tematice; - Formarea și dezvoltarea abilităților de analiză critică și obiectivă a unui text și editarea lui; - Cunoașterea procedeele de obținere a informațiilor prin schimb interbibliotecar internațional sau alte resurse; - Construirea unei atitudini etice corecte a masteranzilor față de cercetarea în domeniul științelor comunicării în general; - Implicarea masteranzilor în construirea și difuzarea unei imagini corecte asupra domeniului studiat, dar și promovarea valorilor românești în relație cu alte culturi naționale europene și/sau mondiale.

8. Conținuturi

8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
Activitate derulată la bibliotecă Documentarea bibliografică - Stabilirea bibliografei - Tipuri de bibliografii - Întocmire de bibliografii tematice - Lucrări de referință și instrumente de lucru - Accesare și utilizare baze de date și resurse electronice Cercetarea științifică - Excerptarea materialului - Clasificarea materialului - Interpretarea - Constituirea și analiza de corpus Norme de redactare academică Editare și procesare de text - Modalități de organizare a textului - Ordinea de prezentare a ideilor - Tehnici de dezvoltare a ideilor - Structura textului Realizarea proiectului lucrării de disertație cu respectarea normelor academice.	munca independentă, investigația, elaborarea tezei, autoevaluarea, evaluarea	Masteranzii vor parcurge sursele bibliografice indicate pentru fiecare modul..

Bibliografie:

Andronescu, Șerban, *Tehnica scrierii academice*, București. 1997.

Avramescu, Aurel, Căndea, Virgil, *Introducere în documentarea științifică*, București, 1960.

Bălan-Osiac, Elena, Dumbrăvescu, Daiana, *Tehnici de redactare*, București, 2007.

Buluță, Gheorghe, *Civilizația bibliotecilor*, București, 1998

Buluță, Gheorghe, Craia, Sultana, Petrescu, Victor, *Biblioteca azi. Informare și comunicare*, Editura Bibliotheca, Târgoviște, 2004.

Chelcea, Septimiu, *Cum să redactăm în domeniul științelor socio-umane*, București, 2000.

Chelcea, Septimiu, *Cum să redactăm*, Ed. Comunicare.ro, București, 2007

Dima-Drăgan, Corneliu, *Bibliologie generală*, București, 2002.

Eco, Umberto, *Cum se face o teză de licență*, ed. a II-a, Polirom, Iași, 2014

Enache, Ionel, *Biblioteconomie*, București, 2002.

Gherghel, N., *Cum scriem un articol științific?*, Editura Științifică, București, 1996.

Mihail, Zamfira, *Critica textelor și tehnica ediției. Civilizația cărții*, în „Sinteze. Anul III, Facultatea de Limba și Literatură Română”, vol. I, Editura Fundației România de Măine, București, 2004.

Nedelcea, Tudor, *Civilizația cărții*, Craiova, 1996.
 Rad, Ilie, *Cum se scrie un text științific*, Polirom, Iași, 2008
 Șerbănescu, Andra, *Cum se scrie un text*, ediția a III-a, Polirom, Iași, 2005.
 Vulpe, Magdalena, *Ghidul cercetătorului umanist*, Clusium, Cluj-Napoca, 2002.

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

- În vederea schițării conținuturilor, alegerii metodelor de predare/învățare titularii disciplinei au organizat o întâlnire cu: membrii Departamentului de literatură, lingvistică și jurnalism; membrii Centrului de cercetare *Comunicare interculturală și literatură*; reprezentanți ai instituțiilor publice locale (biblioteci, edituri, redacții, CCD etc.); precum și cu alte cadre didactice din domeniu, titulare în alte instituții de învățământ superior. Întâlnirea a vizat identificarea nevoilor și așteptărilor angajatorilor din domeniu și coordonarea cu alte programe similare din cadrul altor instituții de învățământ superior.
- Studenții vor putea valorifica aceste conținuturi în activitățile didactice și de cercetare ulterioare, în elaborarea unor proiecte individuale sau în activitățile derulate în cadrul unor proiecte de echipă, beneficiind de avantajul capacităților de identificare a mecanismelor de cercetare, în urma asimilării sintetice a informațiilor aferente disciplinei.

10. Evaluare

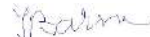
Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.5 Seminar/laborator	- Elaborarea, în conformitate cu standardele științifice academice, a lucrării pe o temă de specialitate propusă împreună cu profesorul îndrumător	- evaluarea sumativă	100 %
	-		
10.6 Standard minim de performanță			
Media notelor acordate la seminar să nu fie mai mică de 5.			
Media notelor acordate pentru temele de casă, portofolii, referate etc. să nu fie mai mică de 5.			
Acoperirea unui procent de 50 % din subiectul prevăzut pentru lucrarea finală.			

Data completării:
20.01.2025

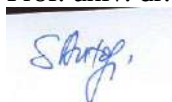
Semnătura titularului de curs: Semnătura titularului de seminar:
-

Data avizării în departament
30.01.2025

Conf.univ.dr.Iuliana Barna



Director Departament,
Prof. univ. dr. Simona Antofi



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați
1.2 Facultatea / Departamentul	Facultatea de Litere
1.3 Catedra	Departamentul de literatură, lingvistică și jurnalism
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii	Masterat
1.6 Programul de studii/Calificarea	Comunicare, media și PR

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	JURNALISM TEMATIC I						
2.2 Titularul activităților de curs	Lect. dr. Petrica Pațilea						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. dr. Petrica Pațilea						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare	Verificare	2.7 Regimul disciplinei	Opțional

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					35
Tutoriat					5
Examinări					3
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual	83				
3.9 Total ore pe semestru	125				
3. 10 Numărul de credite	5				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Introducere în jurnalism
4.2 de competențe	Competențe TIC

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	- Laborator echipat cu calculatoare și acces la Internet.
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	- Laborator echipat cu calculatoare și acces la Internet.

Competențe profesionale	CP1. Face cercetare de fond referitor la tema creației scrise. CP2. Verifica texte. CP3. Utilizează tehnici de scriere specifice. CP4. Prezintă argumente în mod convingător. CP5. Se adaptează la situațiile în schimbare. CP6. Urmează un cod de conduită etică al jurnaliștilor.
Competențe transversale	CT1. Gândește critic. CT2. Face față stresului . CT3. Soluționează probleme. CT4. Construiește spirit de echipă.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	- Însușirea conținuturilor teoretico-metodologice și critice privind domeniul relațiilor publice - Abilitatea de a accesa, interpreta și sintetiza informații de actualitate
7.2 Obiectivele specifice	- Înțelegerea și utilizarea corectă a teoriilor și conceptelor legate de organizarea sistemului mass-media și de principalii actori sociali; - Înțelegerea specificității jurnalismului tematic și capacitatea de a utiliza sursele și expertii din domeniile studiate.

8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Curs introductiv. Delimitări conceptuale – 2 ore 2. Mass media și industriile culturale – 2 ore 3. Conținut mediatic: canale, genuri, formate – 4 ore 4. Mass-media vs. Comunicarea publică – 4 ore 5. Jurnalistul și rolul său în societate – 4 ore 6. Factori care influențează acțiunea mediatică – 4 ore 7. Jurnalism, relații publice și marketing – 4 ore 8. Elemente de etică profesională – 4 ore	Prelegerea, conversația euristică, explicația, dezbateră, problematizarea.	
Bibliografie Agnes, Yves, <i>Introducere în jurnalism</i> , Editura Polirom, Iași, 2011. Andrews Phil, <i>Jurnalismul sportiv</i> , Editura Polirom, Bucuresti, 2006. Beckett, Charlie, Yaseen, Mira, <i>Generating Change. A global survey of what news organisations are doing with artificial intelligence</i> , disponibil pe https://www.journalismai.info/research/2023-generating-change . Colin Sparks, Dahlgren Peter, <i>Jurnalismul și Cultura Populară</i> , Polirom, Iași, 2004. Coman, Mihai, <i>Manual de jurnalism</i> , Editura Polirom, 2009. Coman, Mihai, <i>Introducere în sistemul mass-media</i> , Polirom, Iași, 2007. Constantinescu, Mihaela, <i>Post/Postmodernismul: Cultura divertismentului</i> , Editura Univers Enciclopedic, 2010. Dumitriu Luiza-Diana, <i>Sport și media</i> , Editura Tritonic, Bucuresti, 2014. Keeble, Richard (coord.), <i>Presa scrisă. O introducere critică</i> , Editura Polirom, Iași, 2009. Lazăr, Mirela, <i>Noua televiziune și jurnalismul de spectacol</i> , Editura Polirom, Iași, 2008. Noelle-Neumann, <i>Spirala tăcerii. Opinia publică – învelișul nostru social</i> , Comunicare.ro, București, 2004 Newman, Nic, Cherubini, Federica, <i>Journalism, media, and technology trends and predictions 2025</i> , disponibil pe https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2025 . Nic Newman, Richard Fletcher, Craig T. Robertson, Amy Ross Arguedas, Rasmus Kleis Nielsen, <i>Reuters Institute Digital News Report 2024</i> , Reuters Institute for the Study of Journalism, 2024, disponibil pe https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2024-06/RISJ_DNR_2024_Digital_v10%20lr.pdf . Petrică, Florian, <i>Sport, Superstaruri, Mass-media</i> , Editura Universitatii din Bucuresti, Bucuresti, 2017. Preda, Sorin, <i>Jurnalismul cultural și de opinie</i> , Editura Polirom, 2006. Randall David, <i>Jurnalismul universal</i> , Editura Polirom, Bucuresti, 2007. Rieffel, Remy, <i>Sociologia mass-media</i> , Editura Polirom, Iași, 2008. Ulmeanu Traian, <i>Introducere în jurnalismul sportiv</i> , Paralela 45, Pitesti, 2004. Vâlcu, Val, <i>Jurnalismul social</i> , Editura Polirom, Iași, 2007. Zelizer, Barbie, <i>Despre jurnalism la modul serios</i> , Polirom, Iași, 2007.		
8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Seminar introductiv – 2 ore 2. Funcții și efecte ale mass-media – 2 ore 3. Adaptarea conținutului mediatic la diferite formate – 2 ore 4. Jurnalism și globalizare - 2 ore 5. Cultura profesională și organizațională – 2 ore 6. Relația cu sursele de informare – 2 ore 7. Elemente de etică profesională – 2 ore	Prelegerea, conversația euristică, dezbateră, analiza de text.	
Bibliografie Agnes, Yves, <i>Introducere în jurnalism</i> , Editura Polirom, Iași, 2011. Andrews Phil, <i>Jurnalismul sportiv</i> , Editura Polirom, Bucuresti, 2006. Beckett, Charlie, Yaseen, Mira, <i>Generating Change. A global survey of what news organisations are doing with artificial intelligence</i> , disponibil pe https://www.journalismai.info/research/2023-generating-change . Colin Sparks, Dahlgren Peter, <i>Jurnalismul și Cultura Populară</i> , Polirom, Iași, 2004. Coman, Mihai, <i>Manual de jurnalism</i> , Editura Polirom, 2009. Coman, Mihai, <i>Introducere în sistemul mass-media</i> , Polirom, Iași, 2007.		

Constantinescu, Mihaela, *Post/Postmodernismul: Cultura divertismentului*, Editura Univers Enciclopedic, 2010.
 Dumitriu Luiza-Diana, *Sport si media*, Editura Tritonic, Bucuresti, 2014.
 Keeble, Richard (coord.), *Presa scrisă. O introducere critică*, Editura Polirom, Iași, 2009.
 Lazăr, Mirela, *Noua televiziune și jurnalismul de spectacol*, Editura Polirom, Iași, 2008.
 Noelle-Neumann, *Spirala tăcerii. Opinia publică – învelișul nostru social*, Comunicare.ro, București, 2004
 Newman, Nic, Cherubini, Federica, *Journalism, media, and technology trends and predictions 2025*, disponibil pe <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2025>.
 Nic Newman, Richard Fletcher, Craig T. Robertson, Amy Ross Arguedas, Rasmus Kleis Nielsen, *Reuters Institute Digital News Report 2024*, Reuters Institute for the Study of Journalism, 2024, disponibil pe https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2024-06/RISJ_DNR_2024_Digital_v10%20lr.pdf.
 Petrică, Florian, *Sport, Superstaruri, Mass-media*, Editura Universitatii din Bucuresti, Bucuresti, 2017.
 Preda, Sorin, *Jurnalismul cultural și de opinie*, Editura Polirom, 2006.
 Randall David, *Jurnalismul universal*, Editura Polirom, Bucuresti, 2007.
 Rieffel, Remy, *Sociologia mass-media*, Editura Polirom, Iași, 2008.
 Ulmeanu Traian, *Introducere in jurnalismul sportiv*, Paralela 45, Pitesti, 2004.
 Vâlcu, Val, *Jurnalismul social*, Editura Polirom, Iași, 2007.
 Zelizer, Barbie, *Despre jurnalism la modul serios*, Polirom, Iași, 2007.

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

- Absolvenții masteratului vor putea valorifica aceste conținuturi în activitățile de cercetare ulterioare, în practica antreprenoriatului sau în cea de PR.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Parcurgerea și însușirea conținuturilor predate.	Evaluarea continuă prin metode orale.	10%
	Studiul bibliografiei și elaborarea portofoliului de fișe din studiile indicate.	Evaluarea continuă prin metode orale.	5%
10.5 Seminar/laborator	Elaborarea, în conformitate cu standardele științifice academice, a unei lucrări pe o temă propusă la sfârșitul semestrului.	Evaluarea sumativă prin probă scrisă (portofoliu)	65%
	Participarea la dezbaterile din cadrul seminariilor.	Evaluarea continuă prin metode orale.	20%
10.6 Standard minim de performanță			
Media notelor acordate la seminar să nu fie mai mică de 5.			
Media notelor acordate pentru temele de casă, portofolii, referate etc. să nu fie mai mică de 5.			
Acoperirea unui procent de 50 % din subiectul prevăzut pentru lucrarea finală.			

Data completării
20.01.2025

Semnătura titularului de curs
Lect. dr. Petrica Pașilea



Semnătura titularului de seminar
Lect. dr. Petrica Pașilea

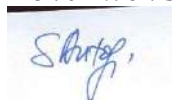


Data avizării în catedră

Semnătura șefului catedrei

30.01.2025

Prof. univ. dr. Simona Antofi



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați
1.2 Facultatea / Departamentul	Facultatea de Litere
1.3 Catedra	Departamentul de literatură, lingvistică și jurnalism
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii	Masterat
1.6 Programul de studii/Calificarea	Comunicare, media și PR

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	JURNALISM TEMATIC II						
2.2 Titularul activităților de curs	Lect. dr. Petrica Pațilea						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. dr. Petrica Pațilea						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	II	2.6 Tipul de evaluare	Examen	2.7 Regimul disciplinei	Opțional

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					35
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					30
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					45
Tutoriat					5
Examinări					4
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual	119				
3.9 Total ore pe semestru	175				
3.10 Numărul de credite	7				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Introducere în sistemul mass-media
4.2 de competențe	Competențe TIC

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	- Laborator echipat cu calculatoare și acces la Internet.
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	- Laborator echipat cu calculatoare și acces la Internet.

Competențe profesionale	CP1. Face cercetare de fond referitor la tema creației scrise. CP2. Verifică texte. CP3. Utilizează tehnici de scriere specifice. CP4. Prezintă argumente în mod convingător. CP5. Se adaptează la situațiile în schimbare. CP6. Urmează un cod de conduită etică al jurnaliștilor.
Competențe transversale	CT1. Gândește critic. CT2. Face față stresului. CT3. Soluționează probleme. CT4. Construiește spirit de echipă.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	- Însușirea conținuturilor teoretico-metodologice și critice privind domeniul - Abilitatea de a accesa, interpreta și sintetiza informații de actualitate
---------------------------------------	--

7.2 Obiectivele specifice	- Înțelegerea și utilizarea corectă a teoriilor și conceptelor legate de organizarea sistemului mass-media și de principalii actori sociali; - Înțelegerea specificității jurnalismului tematic și capacitatea de a utiliza sursele și experienții din domeniile studiate.
---------------------------	---

8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Curs introductiv. Specificitatea jurnalismului tematic – 2 ore 2. Jurnalism sportiv -2 ore 3. Genurile jurnalismului sportiv – 2 ore 4. Jurnalism social – 4 ore 5. Jurnalism economic – 2 ore 6. Jurnalism cultural și de opinie – 2 ore 7. Jurnalism feminin – 2 ore 8. Surse și tehnici de utilizare a statisticilor - 4 ore 9. Rolul expertului – 4 ore 10. Rolul și ponderea publicității în jurnalismul tematic – 4 ore	Prelegerea, conversația euristică, explicația, dezbateră, problematizarea.	
Bibliografie Agnes, Yves, <i>Introducere în jurnalism</i> , Editura Polirom, Iași, 2011. Andrews Phil, <i>Jurnalismul sportiv</i> , Editura Polirom, Bucuresti, 2006. Beckett, Charlie, Yaseen, Mira, <i>Generating Change. A global survey of what news organisations are doing with artificial intelligence</i> , disponibil pe https://www.journalism.ai/info/research/2023-generating-change . Colin Sparks, Dahlgren Peter, <i>Jurnalismul și Cultura Populară</i> , Polirom, Iași, 2004. Coman, Mihai, <i>Manual de jurnalism</i> , Editura Polirom, 2009. Coman, Mihai, <i>Introducere în sistemul mass-media</i> , Polirom, Iași, 2007. Constantinescu, Mihaela, <i>Post/Postmodernismul: Cultura divertismentului</i> , Editura Univers Enciclopedic, 2010. Dumitriu Luiza-Diana, <i>Sport și media</i> , Editura Tritonic, Bucuresti, 2014. Keeble, Richard (coord.), <i>Presa scrisă. O introducere critică</i> , Editura Polirom, Iași, 2009. Lazăr, Mirela, <i>Noua televiziune și jurnalismul de spectacol</i> , Editura Polirom, Iași, 2008. Noelle-Neumann, <i>Spirala tăcerii. Opinia publică – învelișul nostru social</i> , Comunicare.ro, București, 2004 Newman, Nic, Cherubini, Federica, <i>Journalism, media, and technology trends and predictions 2025</i> , disponibil pe https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2025 . Nic Newman, Richard Fletcher, Craig T. Robertson, Amy Ross Arguedas, Rasmus Kleis Nielsen, <i>Reuters Institute Digital News Report 2024</i> , Reuters Institute for the Study of Journalism, 2024, disponibil pe https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2024-06/RISJ_DNR_2024_Digital_v10%20lr.pdf . Petrică, Florian, <i>Sport, Superstaruri, Mass-media</i> , Editura Universitatii din Bucuresti, Bucuresti, 2017. Preda, Sorin, <i>Jurnalismul cultural și de opinie</i> , Editura Polirom, 2006. Randall David, <i>Jurnalismul universal</i> , Editura Polirom, Bucuresti, 2007. Rieffel, Remy, <i>Sociologia mass-media</i> , Editura Polirom, Iași, 2008. Ulmeanu Traian, <i>Introducere în jurnalismul sportiv</i> , Paralela 45, Pitesti, 2004. Vâlcu, Val, <i>Jurnalismul social</i> , Editura Polirom, Iași, 2007. Zelizer, Barbie, <i>Despre jurnalism la modul serios</i> , Polirom, Iași, 2007.		
8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Seminar introductiv - 2 ore 2. Tipologia stirilor din sport Stiri hard. Stiri soft – 4 ore 3. Știrile din sport. Comentariul sportiv. Cronica sportivă. Sporturi privilegiate – 4 ore 4. Domenii, modalități de documentare și genuri specifice jurnalismului social – 4 ore 5. Interpretarea datelor în jurnalism economic - 2 ore 6. Genurile jurnalismului cultural și de opinie – 4 ore 7. Jurnalism feminin – formate și tipologii – 2 ore 8. Jurnalismul tematic și publicitatea – 4 ore 9. Seminar sinteză – 2 ore	Prelegerea, explicația, problematizarea, conversația euristică, dezbateră, analiza de text.	
Bibliografie Agnes, Yves, <i>Introducere în jurnalism</i> , Editura Polirom, Iași, 2011. Andrews Phil, <i>Jurnalismul sportiv</i> , Editura Polirom, Bucuresti, 2006. Beckett, Charlie, Yaseen, Mira, <i>Generating Change. A global survey of what news organisations are doing with artificial intelligence</i> , disponibil pe https://www.journalism.ai/info/research/2023-generating-change . Colin Sparks, Dahlgren Peter, <i>Jurnalismul și Cultura Populară</i> , Polirom, Iași, 2004.		

Coman, Mihai, *Manual de jurnalism*, Editura Polirom, 2009.
 Coman, Mihai, *Introducere în sistemul mass-media*, Polirom, Iași, 2007.
 Constantinescu, Mihaela, *Post/Postmodernismul: Cultura divertismentului*, Editura Univers Enciclopedic, 2010.
 Dumitriu Luiza-Diana, *Sport și media*, Editura Tritonic, București, 2014.
 Keeble, Richard (coord.), *Presa scrisă. O introducere critică*, Editura Polirom, Iași, 2009.
 Lazăr, Mirela, *Noua televiziune și jurnalismul de spectacol*, Editura Polirom, Iași, 2008.
 Noelle-Neumann, *Spirala tăcerii. Opinia publică – învelișul nostru social*, Comunicare.ro, București, 2004
 Newman, Nic, Cherubini, Federica, *Journalism, media, and technology trends and predictions 2025*, disponibil pe <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2025>.
 Nic Newman, Richard Fletcher, Craig T. Robertson, Amy Ross Arguedas, Rasmus Kleis Nielsen, *Reuters Institute Digital News Report 2024*, Reuters Institute for the Study of Journalism, 2024, disponibil pe https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2024-06/RISJ_DNR_2024_Digital_v10%20lr.pdf.
 Petrică, Florian, *Sport, Superstaruri, Mass-media*, Editura Universitatii din Bucuresti, Bucuresti, 2017.
 Preda, Sorin, *Jurnalismul cultural și de opinie*, Editura Polirom, 2006.
 Randall David, *Jurnalismul universal*, Editura Polirom, Bucuresti, 2007.
 Rieffel, Remy, *Sociologia mass-media*, Editura Polirom, Iași, 2008.
 Ulmeanu Traian, *Introducere în jurnalismul sportiv*, Paralela 45, Pitesti, 2004.
 Vâlcu, Val, *Jurnalismul social*, Editura Polirom, Iași, 2007.
 Zelizer, Barbie, *Despre jurnalism la modul serios*, Polirom, Iași, 2007.

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

- Absolvenții masteratului vor putea valorifica aceste conținuturi în activitățile de cercetare ulterioare, în practica antreprenoriatului sau în cea de PR.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Parcurgerea și însușirea conținuturilor predate.	Evaluarea continuă prin metode orale.	10%
	Studiul bibliografiei și elaborarea portofoliului de fișe din studiile indicate.	Evaluarea continuă prin metode orale.	5%
10.5 Seminar/laborator	Elaborarea, în conformitate cu standardele științifice academice, a unei lucrări pe o temă propusă la sfârșitul semestrului.	Evaluarea sumativă prin probă scrisă (portofoliu)	65%
	Participarea la dezbaterile din cadrul seminariilor.	Evaluarea continuă prin metode orale.	20%
10.6 Standard minim de performanță			
Media notelor acordate la seminar să nu fie mai mică de 5.			
Media notelor acordate pentru temele de casă, portofolii, referate etc. să nu fie mai mică de 5.			
Acoperirea unui procent de 50 % din subiectul prevăzut pentru lucrarea finală.			

Data completării
10.01.2025

Semnătura titularului de curs
Lect. dr. Petrica Pașilea

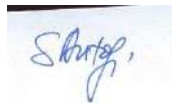


Semnătura titularului de seminar
Lect. dr. Petrica Pașilea



Data avizării în catedră
30.01.2025

Semnătura șefului catedrei
Prof. univ. dr. Simona Antofi



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați
1.2 Facultatea / Departamentul	Facultatea de Litere
1.3 Catedra	Departamentul de literatură, lingvistică și jurnalism
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii	Masterat
1.6 Programul de studii/Calificarea	Comunicare, media și PR

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	NEGOCIERE ȘI LOBBY (CO) Sem. I						
2.2 Titularul activităților de curs	Lect. dr. Daniela Bogdan						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. dr. Daniela Bogdan						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare	Verificare	2.7 Regimul disciplinei	Opțional

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					15
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					25
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					30
Tutoriat					10
Examinări					3
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual		83			
3.9 Total ore pe semestru		125			
3.10 Numărul de credite		5			

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Pentru absolvenții de Jurnalism : Parcurgerea și însușirea conținuturilor specifice disciplinei Administrație publică și mass-media
4.2 de competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	- Laborator echipat cu calculatoare și acces la Internet.
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	- Laborator echipat cu calculatoare și acces la Internet.

Competențe profesionale	CP1. Face cercetare de fond referitor la tema creației scrise. CP2. Verifică texte. CP3. Utilizează tehnici de scriere specifice. CP4. Prezintă argumente în mod convingător. CP5. Se adaptează la situațiile în schimbare. CP6. Urmează un cod de conduită etică al jurnaliștilor.
Competențe transversale	CT1. Gândește critic. CT2. Face față stresului. CT3. Soluționează probleme. CT4. Construiește spirit de echipă.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	- Însușirea conținuturilor teoretico-metodologice și critice privind domeniul - Abilitatea de a accesa, interpreta și sintetiza informații de actualitate
7.2 Obiectivele specifice	- Înțelegerea contextului teoretic cu privire la desfășurarea activității de lobby. - Înțelegerea diferențelor și a asemănărilor între negociere, lobby, advocacy, trafic de influență. - Prezentarea modelului american și a celui european de lobby - Identificarea cadrului de desfășurare a activității de lobby în România, prezentarea inițiativelor legislative în domeniu. - Capacitatea de a distinge între modelele de bune practici și erorile în activitatea de lobby în România și în context global. - Capacitatea de a aplica principiile etice în activitatea de lobby. - Abilitatea de a elabora o lucrare de ținută academică, pe un subiect de nișă din sfera disciplinei.

8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Lobby, lobbism, negociere, advocacy, trafic de influență. Curs introductiv – 2h 2. Instrumente ale activității de lobby (actori, strategii, proceduri, reguli) – 4h 3. Activitățile de lobbying in Uniunea Europeană vs. activitățile de lobbying în SUA – 4h 4. Regularizarea activităților de lobbying în UE – 2h 5. Instituțiile UE și lobbying-ul: puncte de acces; grupuri de interes (înainte și după Tratatul de la Lisabona) – 4h 6. Inițiativa Europeană pentru Transparență (criza transparenței în UE) -2h 7. Impactul activităților de lobby asupra Inițiativei Cetățenești Europene -4h 8. Lobbying-ul și democrația europeană -4h 9. Situația actuală a perspectivei etice în ceea ce privește lobby la nivel global - 2h	Prelegerea, conversația euristică, explicația, dezbateră, problematizarea.	
Bibliografie: Balosin, M. (2012), <i>The evolution of lobbying in the European Union</i>, LAP Lambert Academic Publishing. Coen, D and Richardson, J, (2008), <i>Lobbying the European Union, Institutions, Actors and Issues</i>. Oxford University Press. Greenwood, J. (2003), <i>Interest representation in the European Union</i>. Basingstoke, Palgrave Macmillan. Mazey, S. and Richardson, J. (Eds.) (1993), <i>Lobbying in the European Community</i>. Oxford, Oxford University Press. McCormick, J. (2008), <i>The European Union Politics and Policies</i>, ed. a 4-a, Boulder, Westview Press. Pedler, R. (Ed.) (2002), <i>European Union Lobbying: Changes in the Arena</i>. Basingstoke, Palgrave. Van Schendelen, R. (2002), <i>Machiavelli in Brussels: the Art of Lobbying the EU</i>. Amsterdam, Amsterdam University Press. Warleigh, A. (2003), <i>Democracy in the European Union</i>. London, Sage.		
8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Grupuri de interese și capacitatea de a influența – 2 h 2. Interes public/interes privat – 2 h 3. Guvernare transparentă. Manipulare și lobby. Exemple – 2 h 4. Ghidul lobbistului - 2 h 5. Reputație și încredere. Trafic de influență. Exemple – 2 h 6. Stiluri de lobbying în SUA. Exemple – 2 h 7. Stiluri de lobbying în statele europene – 2 h	Prelegerea, explicația, problematizarea, conversația euristică, dezbateră, analiza de text.	
Bibliografie: Balosin, M. (2012). <i>The evolution of lobbying in the European Union</i>, LAP Lambert Academic Publishing. Documente oficiale: European Commission (1993) ‘Transparency in the Community’ COM (1993) C1666/04 final. European Commission (1993) An Open and Structured Dialogue between the Commission and Special interest groups, Brussels, 93/C63/02. European Commission (2001) European Governance: A White Paper. COM (2001), 428 final. European Commission Green paper ‘European Transparency Initiative’ COM (2006), 194 final http://ec.europa.eu/commission_2010-2014/pdf/cadeaux_recus_par_le_college3_fr.pdf http://ec.europa.eu/civil_society/interest_groups/consultations_en.htm		

<http://lobbyingdisclosure.house.gov/>
<http://www.twyman-whitney.com/americancitizen/links/lobbies.htm>
<https://www.europarl.europa.eu/at-your-service/ro/transparency/lobby-groups>
<http://www.prolobby.ro/despre-noi/despre-lobby/>
<https://lege5.ro/gratuit/gezdmnrzgi/art-291-traficul-de-influenta-codul-penal?dp=gqytsojvqm4ts>
<https://www.g4media.ro/oligarhi-rusi-si-companii-sanctionate-se-numara-printre-lobbystii-de-la-cop27-the-guardian.html>
<https://www.britannica.com/topic/lobbying>

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

- Absolvenții masteratului vor putea valorifica aceste conținuturi în activitățile de cercetare ulterioare, în practica antreprenoriatului sau în cea de PR.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Parcurgerea și însușirea conținuturilor predate.	Evaluarea continuă prin metode orale.	10%
	Studiul bibliografiei și elaborarea portofoliului de fișe din studiile indicate.	Evaluarea continuă prin metode orale.	5%
10.5 Seminar/laborator	Elaborarea, în conformitate cu standardele științifice academice, a unei lucrări pe o temă propusă la sfârșitul semestrului.	Evaluarea sumativă prin probă scrisă (portofoliu)	65%
	Participarea la dezbaterile din cadrul seminariilor.	Evaluarea continuă prin metode orale.	20%
10.6 Standard minim de performanță			
Media notelor acordate la seminar să nu fie mai mică de 5.			
Media notelor acordate pentru temele de casă, portofolii, referate etc. să nu fie mai mică de 5.			
Acoperirea unui procent de 50 % din subiectul prevăzut pentru lucrarea finală.			

Data completării
20.01.2025

Semnătura titularului de curs
Lect. dr. Daniela Bogdan



Semnătura titularului de seminar
Lect. dr. Daniela Bogdan

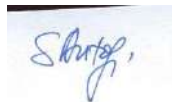


Data avizării în catedră

Semnătura șefului catedrei

30.01.2025

Prof. univ. dr. Simona Antofi



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați
1.2 Facultatea / Departamentul	Facultatea de Litere
1.3 Catedra	Departamentul de literatură, lingvistică și jurnalism
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii	Masterat
1.6 Programul de studii/Calificarea	Comunicare, media și PR

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	NEGOCIERE ȘI LOBBY (CO) Sem. II						
2.2 Titularul activităților de curs	Lect. dr. Daniela Bogdan						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. dr. Daniela Bogdan						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	II	2.6 Tipul de evaluare	Examen	2.7 Regimul disciplinei	Opțional

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					35
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					30
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					45
Tutoriat					5
Examinări					4
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual		119			
3.9 Total ore pe semestru		175			
3. 10 Numărul de credite		7			

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Pentru absolvenții de Jurnalism : Parcurgerea și însușirea conținuturilor specifice disciplinei Administrație publică și mass-media
4.2 de competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	- Laborator echipat cu calculatoare și acces la Internet.
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	- Laborator echipat cu calculatoare și acces la Internet.

Competențe profesionale	CP1. Face cercetare de fond referitor la tema creației scrise. CP2. Verifică texte. CP3. Utilizează tehnici de scriere specifice. CP4. Prezintă argumente în mod convingător. CP5. Se adaptează la situațiile în schimbare. CP6. Urmează un cod de conduită etică al jurnaliștilor.
Competențe transversale	CT1. Gândește critic. CT2. Face față stresului. CT3. Soluționează probleme. CT4. Construiește spirit de echipă .

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	- Însușirea conținuturilor teoretico-metodologice și critice privind domeniul - Abilitatea de a accesa, interpreta și sintetiza informații de actualitate
7.2 Obiectivele specifice	- Înțelegerea contextului teoretic cu privire la desfășurarea activității de lobby. - Înțelegerea diferențelor și a asemănărilor între negociere, lobby, advocacy, trafic de influență. - Prezentarea modelului american și a celui european de lobby - Identificarea cadrului de desfășurare a activității de lobby în România, prezentarea inițiativelor legislative în domeniu. - Capacitatea de a distinge între modelele de bune practici și erorile în activitatea de lobby, în România dar și în context global. - Capacitatea de a aplica principiile etice în activitatea de lobby. - Abilitatea de a elabora o lucrare de ținută academică, pe un subiect de nișă din sfera disciplinei

8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Lobby în România vs. lobby în UE 4h 2. Asociația Registrul Român de Lobby 4h 3. Activitatea de lobby și transparența decizională în elaborarea politicilor publice 4h 4. Activitatea de lobby, conflictele de interese și incompatibilitățile 4h 5. Valorile și principiile morale ale activității de lobby. Aspecte etice 4h 6. Autoreglementarea activității de lobby 4h 7. Exemple de bune practici din activitatea de lobby din România 4 h	Prelegerea, conversația euristică, explicația, dezbateră, problematizarea.	
Bibliografie: Balosin, M. (2012), <i>The evolution of lobbying in the European Union</i> , LAP Lambert Academic Publishing. Coen, D and Richardson, J, (2008), <i>Lobbying the European Union, Institutions, Actors and Issues</i> . Oxford University Press. Greenwood, J. (2003), <i>Interest representation in the European Union</i> . Basingstoke, Palgrave Macmillan. Mazey, S. and Richardson, J. (Eds.) (1993), <i>Lobbying in the European Community</i> . Oxford, Oxford University Press. McCormick, J. (2008), <i>The European Union Politics and Policies</i> , ed. a 4-a, Boulder, Westview Press. Pedler, R. (Ed.) (2002), <i>European Union Lobbying: Changes in the Arena</i> . Basingstoke, Palgrave. Van Schendelen, R. (2002), <i>Machiavelli in Brussels: the Art of Lobbying the EU</i> . Amsterdam, Amsterdam University Press. Warleigh, A. (2003), <i>Democracy in the European Union</i> . London, Sage.		
8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Legislația română cu privire la lobby 4h 2. Prevederile Codului Penal în România 2h 3. Tipologia grupurilor de interese din România 4h 4. Activitatea de lobby și contractele, achizițiile și investițiile publice 2h 5. Transparența intereselor și a activităților de lobby 4h 6. Erori în activitatea de lobby 4h 7. Desfășurarea unei campanii de lobby 4h 8. Prezentarea unui portofoliu cu exemple de bune practici, erori în activitatea de lobby și o campanie de lobby imaginată de fiecare echipă și evaluarea proiectelor 4 h	Prelegerea, explicația, problematizarea, conversația euristică, dezbateră, analiza de text.	
Bibliografie: Balosin, M. (2012). <i>The evolution of lobbying in the European Union</i> , LAP Lambert Academic Publishing. Documente oficiale: European Commission (1993) ‘Transparency in the Community’ COM (1993) C1666/04 final. European Commission (1993) An Open and Structured Dialogue between the Commission and Special interest groups, Brussels, 93/C63/02. European Commission (2001) European Governance: A White Paper. COM (2001), 428 final. European Commission Green paper ‘European Transparency Initiative’ COM (2006), 194 final http://ec.europa.eu/commission_2010-2014/pdf/cadeaux_recus_par_le_college3_fr.pdf http://ec.europa.eu/civil_society/interest_groups/consultations_en.htm http://lobbyingdisclosure.house.gov/ http://www.twyman-whitney.com/americancitizen/links/lobbies.htm		

<https://www.europarl.europa.eu/at-your-service/ro/transparency/lobby-groups>
<http://www.prolobby.ro/despre-noi/despre-lobby/>
<https://lege5.ro/gratuit/gezdmnrzgi/art-291-traficul-de-influenta-codul-penal?dp=gqytsojv4ts>
<https://www.g4media.ro/oligarhi-rusi-si-companii-sanctionate-se-numara-printre-lobbystii-de-la-cop27-the-guardian.html>
<https://www.britannica.com/topic/lobbying>

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

- Absolvenții masteratului vor putea valorifica aceste conținuturi în activitățile de cercetare ulterioare, în practica antreprenoriatului sau în cea de PR.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Parcurgerea și însușirea conținuturilor predate.	Evaluarea continuă prin metode orale.	10%
	Studiul bibliografiei și elaborarea portofoliului de fișe din studiile indicate.	Evaluarea continuă prin metode orale.	5%
10.5 Seminar/laborator	Elaborarea, în conformitate cu standardele științifice academice, a unei lucrări pe o temă propusă la sfârșitul semestrului.	Evaluarea sumativă prin probă scrisă (portofoliu)	65%
	Participarea la dezbaterile din cadrul seminariilor.	Evaluarea continuă prin metode orale.	20%
10.6 Standard minim de performanță			
Media notelor acordate la seminar să nu fie mai mică de 5.			
Media notelor acordate pentru temele de casă, portofolii, referate etc. să nu fie mai mică de 5.			
Acoperirea unui procent de 50 % din subiectul prevăzut pentru lucrarea finală.			

Data completării
20.01.2025

Semnătura titularului de curs
Lect. dr. Daniela Bogdan



Semnătura titularului de seminar
Lect. dr. Daniela Bogdan

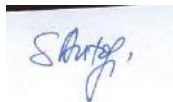


Data avizării în catedră

30.01.2025

Semnătura șefului catedrei

Prof. univ. dr. Simona Antofi



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați
1.2 Facultatea / Departamentul	Facultatea de Litere
1.3 Catedra	Departamentul de literatură, lingvistică și jurnalism
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii	Masterat
1.6 Programul de studii/Calificarea	Comunicare, media și PR

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Visual storytelling (CO) – sem I						
2.2 Titularul activităților de curs	Lect. dr. Marius Țuca						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. dr. Marius Țuca						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	1	2.6 Tipul de evaluare	V	2.7 Regimul disciplinei	Opt.

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					15
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					25
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					30
Tutoriat					10
Examinări					3
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual		83			
3.9 Total ore pe semestru		125			
3.10 Numărul de credite		5			

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	-Pentru absolvenții de Jurnalism : Parcurgerea și însușirea conținuturilor specifice disciplinei Multimedia
4.2 de competențe	-Competențe TIC

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	- sală de curs, videoproiector, tablă smart, laptop, conexiune la internet, software necesare prezentărilor (powerpoint, pdf) - cursul va fi completat cu activități individuale pe baza suportului/notițelor de curs și a materialelor bibliografice
5.2. de desfășurare a seminarului	- sala de seminar, videoproiector, laptop, conexiune la internet, software necesare prezentărilor, planșe, fișe de lucru, instrumente online specializate (canva, kahoot) - activitățile de seminar se desfășoară pe baza bibliografiei și surselor online indicate. Sarcinile de lucru se rezolvă în echipe de lucru și individual, sub coordonarea cadrului didactic și a managerilor de proiect desemnați din rândul studenților

6. Competențele specifice acumulate

conform ECSO, disponibile aici: <https://www.anc.edu.ro/competente/>

Competențe profesionale	CP1. Face cercetare de fond referitor la tema creației scrise. CP2. Examinează critic procesele de producție artistică. CP3. Se adaptează în funcție de tipul de mass-media. CP4. Urmează un cod de conduită etică al jurnaliștilor. CP5. Editează imagini animate digitale. CP6. Se adaptează la situațiile în schimbare. CP7. Creează conținut de știri pentru mediul online.
Competențe transversale	CT1. Gândește critic. CT2. Face față stresului. CT3. Soluționează probleme. CT4. Construiește spirit de echipă .

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Obiectivul general al disciplinei Visual Storytelling este de a dezvolta competențele studenților în utilizarea imaginilor, videoclipurilor și graficii digitale pentru a crea povești jurnalistice captivante și relevante. Cursul explorează tehnici narative vizuale, principiile designului și impactul emoțional al imaginilor în mass-media, oferindu-le viitorilor jurnaliști instrumentele necesare pentru a comunica eficient în peisajul mediatic contemporan, aflat într-o continuă schimbare și adaptare la noile paradigme tehnologice.
7.2 Obiectivele specifice	Obiective cognitive • Identificarea și selectarea surselor credibile pentru documentarea temei unei creații vizuale în jurnalism. • Dezvoltarea capacității de a analiza critic etapele și tehnicile adecvate în realizarea materialelor vizuale jurnalistice. • Identificarea și explicarea particularităților narative și tehnice ale storytelling-ului vizual în presa scrisă, televiziune și mediul digital. • Analizarea și aplicarea standardelor etice în realizarea și distribuirea conținutului vizual. • Utilizarea de software specializat pentru prelucrarea și animarea imaginilor în scop jurnalist. • Dezvoltarea abilității de a ajusta strategiile narative vizuale în funcție de dinamica evenimentelor și de feedback-ul publicului. • Crearea și optimizarea materialelor jurnalistice vizuale pentru platformele digitale, utilizând tehnici de engagement și storytelling interactiv. Obiective procedurale • Colectarea, selectarea și organizarea materialelor vizuale relevante pentru dezvoltarea unui proiect jurnalist. • Manipularea imaginilor și videoclipurilor prin softuri specifice (Adobe Photoshop, Premiere Pro, After Effects etc.) pentru îmbunătățirea calității vizuale a conținutului jurnalist. • Crearea de materiale vizuale structurate narativ, utilizând compoziția, culoarea, lumina și elementele grafice pentru transmiterea eficientă a unui mesaj jurnalist. • Optimizarea materialelor vizuale pentru diverse medii (social media, site-uri de știri, televiziune), în concordanță cu specificul fiecărei platforme. Obiective atitudinale • Analizarea și evaluarea obiectivă a impactului imaginilor și videoclipurilor în jurnalism, evitând manipularea sau dezinformarea.

	• Adoptarea unei conduite profesionale bazate pe onestitate, responsabilitate și respect față de subiecții materialelor vizuale și public. • Adaptarea la schimbările din peisajul media și ajustarea strategiilor vizuale în funcție de noile tendințe și tehnologii.
--	---

8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Psihologia percepției vizuale în storytelling. Cum interpretăm imaginile și cum le folosim pentru a construi povești convingătoare.	prelegerea, conversația	2h
2. Impactul emoțional al imaginilor în jurnalism. Analiza modului în care imaginile generează reacții emoționale și influențează opinia publică.	euristică, dezbaterea,	2h
3. Poveștile vizuale și cultura memetică. Cum funcționează meme-urile ca formă de storytelling și ce impact au asupra comunicării online.	explicația, observația;	2h
4. Design narativ în proiecte multimedia. Cum combinăm imaginea, sunetul și textul pentru a crea un storytelling eficient în media digitală.	prezentări în power-point pentru	2h
5. Narațiunea vizuală în jurnalismul sportiv. Structura și dinamica storytelling-ului vizual în reportajele sportive.	stimularea exercițiului reflexiv	2h
6. Fotografia de conflict și etica în jurnalism. Provocările și dilemele morale în documentarea vizuală a evenimentelor tensionate.		2h
7. Arhetipurile vizuale în storytelling. Cum sunt utilizate simbolurile și tipologiile vizuale în mass-media.		2h
8. Utilizarea inteligenței artificiale în storytelling vizual. Instrumente AI pentru editare și generare de conținut vizual.		2h
9. Tehnici de interviu vizual. Cum să realizăm interviuri video captivante și să folosim limbajul corpului în storytelling.		2h
10. Realitate augmentată și realitate virtuală în storytelling. Noile tehnologii și impactul lor asupra jurnalismului vizual.		2h
11. Storytelling-ul vizual în campanii de advocacy și activism. Cum sunt folosite imaginile și clipurile video pentru a promova implicarea socială.		2h
12. Estetica în storytelling-ul vizual. Cum influențează stilul și compoziția percepția asupra unei povești.		2h
13. Evoluția storytelling-ului vizual în media digitală. De la fotografie la TikTok, cum s-au schimbat metodele de narațiune vizuală.		2h
14. Conținutul vizual și algoritmii platformelor digitale. Cum sunt distribuite imaginile și videoclipurile în funcție de algoritmi.		2h
Bibliografie: Boșoteanu, Ionela Carmen, <i>New Media</i> , Editura Institutul European, Iași, 2012. Coman, Mihai, <i>Manual de jurnalism</i> , Editura Polirom, Iași, 2014. Gallo, Carmine, <i>Secretul unui storyteller</i> , Editura Act și Politon, București, 2022. Ivan, Loredana, Chelcea Adina, Chelcea Septimiu, <i>Comunicarea nonverbală în interacțiunile cotidiene</i> , Editura comunicare.ro, București, 2021. Kobre, Kenneth, <i>Photojournalism: The Professionals' Approach</i> , Routledge, Oxfordshire, 2016. McLuhan, Marshall, <i>Să înțelegem media. Extensiile omului</i> , Editura Curtea Veche, București, 2011. Mireanu, Dan Constantin. <i>Războiul ca spectacol</i> , Editura Tritonic, București, 2014. Momoc, Antonio, <i>Comunicare politică și internet</i> , Editura Tritonic, București, 2014. Rad, Ilie (coord.), <i>Fotojurnalism și imagine</i> , Editura Tritonic, București, 2015.		
8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Exercițiu practic: Cum alegem prima și ultima imagine într-un fotoreportaj. Importanța deschiderii și închiderii unei povești vizuale.	conversația euristică,	2h
2. Studiu de caz: Cum s-au transformat reportajele vizuale în era digitală. Compararea stilului narativ în televiziune, YouTube și TikTok.	explicația, exercițiul,	2h
3. Workshop de editare foto pentru jurnalism. Practici etice și tehnici de bază în postprocesare.	observația, munca independentă,	2h

4. Simulare de breaking news vizual. Cum realizăm rapid un conținut vizual relevant în situații de urgență.	activitate pe grupe, problematizarea;	2h
5. Deconstrucția unui documentar vizual de impact. Analiza tehnicilor narative folosite în producții premiate.	investigația; referatul; proiectul;	2h
6. Crearea unui storyboard pentru un material video jurnalistic. Exercițiu de structurare vizuală a unei povești.	portofoliul; autoevaluarea	2h
7. Jurnalism mobil: Cum realizăm un material vizual doar cu telefonul. Tehnici și aplicații utile pentru producție rapidă.		2h
Bibliografie Boșoteanu, Ionela Carmen, <i>New Media</i> , Editura Institutul European, Iași, 2012. Coman, Mihai, <i>Manual de jurnalism</i> , Editura Polirom, Iași, 2014. Gallo, Carmine, <i>Secretul unui storyteller</i> , Editura Act și Politon, București, 2022. Ivan, Loredana, Chelcea Adina, Chelcea Septimiu, <i>Comunicarea nonverbală în interacțiunile cotidiene</i> , Editura comunicare.ro, București, 2021. Kobre, Kenneth, <i>Photojournalism: The Professionals' Approach</i> , Routledge, Oxfordshire, 2016. McLuhan, Marshall, <i>Să înțelegem media. Extensiile omului</i> , Editura Curtea Veche, București, 2011. Mireanu, Dan Constantin. <i>Războiul ca spectacol</i> , Editura Tritonic, București, 2014. Momoc, Antonio, <i>Comunicare politică și internet</i> , Editura Tritonic, București, 2014. Rad, Ilie (coord.), <i>Fotojurnalism și imagine</i> , Editura Tritonic, București, 2015.		

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

Conținuturile disciplinei sunt aliniate cu cele din programele similare oferite de alte centre universitare din România. Absolvenții acestui curs pot aplica cunoștințele dobândite în activitățile profesionale și de cercetare ulterioare, în dezvoltarea proiectelor individuale sau în cadrul activităților desfășurate în echipă.
--

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- Capacitate de sinteză și prelucrare a informațiilor; Capacitate de definire de concepte, de demonstrație etc.	- evaluarea finală (examen)	minimum 50%
10.5 Seminar/laborator	- Însușirea și înțelegerea cunoștințelor prezentate în curs. Capacitatea de a pune în practică corect metodele, conceptele și noțiunile - Rezolvarea corectă și completă a temelor propuse; demonstrarea capacității de a explica și de a interpreta conținuturile teoretice pe de o parte și, de cealaltă parte de a pune în practică noile informații.	- studii de caz, portofolii, referate, comentarii și rezumate; discuții pe teme legate de noțiunile studiate	maximum 50%
	- Manifestări atitudinale	- Participare activă, conștiinciozitate, interes pentru studiul individual și în grup	
10.6 Standard minim de performanță			
• însușirea noțiunilor de bază ale disciplinei • utilizarea parțial adecvată a terminologiei și a conceptelor asociate disciplinei • elaborarea unui proiect de specialitate sau cel puțin a unei părți a unui asemenea proiect, aplicând atât cunoștințe, teorii și metode de analiză proprii disciplinei, cât și norme și principii de etică profesională.			

Data completării:

20.01.2025

Semnătura titularului de curs:
Lect. dr. Marius Țuca



Semnătura titularului de seminar:
Lect. dr. Marius Țuca



Data avizării în catedră:
30.01.2025

Semnătură șef catedră:
Prof. univ. dr. Simona Antofi



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați
1.2 Facultatea / Departamentul	Facultatea de Litere
1.3 Catedra	Departamentul de literatură, lingvistică și jurnalism
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii	Masterat
1.6 Programul de studii/Calificarea	Comunicare, media și PR

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Visual storytelling (CO) – sem II						
2.2 Titularul activităților de curs	Lect. dr. Marius Țuca						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. dr. Marius Țuca						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	2	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	Opt.

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					35
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					30
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					45
Tutoriat					5
Examinări					4
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual		119			
3.9 Total ore pe semestru		175			
3.10 Numărul de credite		7			

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	-Pentru absolvenții de Jurnalism : Parcurgerea și însușirea conținuturilor specifice disciplinei Multimedia
4.2 de competențe	-Competențe TIC

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	- sală de curs, videoproiector, tablă smart, laptop, conexiune la internet, software necesare prezentărilor (powerpoint, pdf) - cursul va fi completat cu activități individuale pe baza suportului/notițelor de curs și a materialelor bibliografice
5.2. de desfășurare a seminarului	- sala de seminar, videoproiector, laptop, conexiune la internet, software necesare prezentărilor, planșe, fișe de lucru, instrumente online specializate (canva, kahoot) - activitățile de seminar se desfășoară pe baza bibliografiei și surselor online indicate. Sarcinile de lucru se rezolvă în echipe de lucru și individual, sub coordonarea cadrului didactic și a managerilor de proiect desemnați din rândul studenților

6. Competențele specifice acumulate

conform ECSO, disponibile aici: <https://www.anc.edu.ro/competente/>

Competențe profesionale	CP1. Face cercetare de fond referitor la tema creației scrise. CP2. Examinează critic procesele de producție artistică. CP3. Se adaptează în funcție de tipul de mass-media. CP4. Urmează un cod de conduită etică al jurnaliștilor. CP5. Editează imagini animate digitale. CP6. Se adaptează la situațiile în schimbare. CP7. Creează conținut de știri pentru mediul online..
Competențe transversale	CT1. Gândește critic. CT2. Face față stresului. CT3. Soluționează probleme. CT4. Construiește spirit de echipă.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Obiectivul general al disciplinei Visual Storytelling este de a dezvolta competențele studenților în utilizarea imaginilor, videoclipurilor și graficii digitale pentru a crea povești jurnalistice captivante și relevante. Cursul explorează tehnici narative vizuale, principiile designului și impactul emoțional al imaginilor în mass-media, oferindu-le viitorilor jurnaliști instrumentele necesare pentru a comunica eficient în peisajul mediatic contemporan, aflat într-o continuă schimbare și adaptare la noile paradigme tehnologice.
7.2 Obiectivele specifice	Obiective cognitive • Identificarea și selectarea surselor credibile pentru documentarea temei unei creații vizuale în jurnalism. • Dezvoltarea capacității de a analiza critic etapele și tehnicile adecvate în realizarea materialelor vizuale jurnalistice. • Identificarea și explicarea particularităților narative și tehnice ale storytelling-ului vizual în presa scrisă, televiziune și mediul digital. • Analizarea și aplicarea standardelor etice în realizarea și distribuirea conținutului vizual. • Utilizarea de software specializat pentru prelucrarea și animarea imaginilor în scop jurnalist. • Dezvoltarea abilității de a ajusta strategiile narative vizuale în funcție de dinamica evenimentelor și de feedback-ul publicului. • Crearea și optimizarea materialelor jurnalistice vizuale pentru platformele digitale, utilizând tehnici de engagement și storytelling interactiv. Obiective procedurale • Colectarea, selectarea și organizarea materialelor vizuale relevante pentru dezvoltarea unui proiect jurnalist. • Manipularea imaginilor și videoclipurilor prin softuri specifice (Adobe Photoshop, Premiere Pro, After Effects etc.) pentru îmbunătățirea calității vizuale a conținutului jurnalist. • Crearea de materiale vizuale structurate narativ, utilizând compoziția, culoarea, lumina și elementele grafice pentru transmiterea eficientă a unui mesaj jurnalist. • Optimizarea materialelor vizuale pentru diverse medii (social media, site-uri de știri, televiziune), în concordanță cu specificul fiecărei platforme. Obiective atitudinale • Analizarea și evaluarea obiectivă a impactului imaginilor și videoclipurilor în jurnalism, evitând manipularea sau dezinformarea.

	• Adoptarea unei conduite profesionale bazate pe onestitate, responsabilitate și respect față de subiecții materialelor vizuale și public. • Adaptarea la schimbările din peisajul media și ajustarea strategiilor vizuale în funcție de noile tendințe și tehnologii.
--	---

8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Introducere în Visual Storytelling. Elemente fundamentale ale narațiunii vizuale și impactul în jurnalism	prelegerea, conversația	2h
2. Tehnici de cercetare pentru storytelling vizual. Selectarea surselor credibile pentru conținut vizual jurnalistic	euristică, dezbaterea,	2h
3. Principii de compoziție vizuală. Reguli esențiale de construcție a unei imagini cu impact narativ	explicația, observația;	2h
4. Fotografia în jurnalismul vizual. De la fotoreportaj la imaginea iconică	prezentări în	2h
5. Videografia în storytelling-ul jurnalistic. Limbajul cinematografic și tehnicile de montaj pentru o poveste vizuală captivantă	power-point pentru stimularea	2h
6. Infografice și vizualizarea datelor. Transformarea informației brute în povești vizuale ușor de înțeles	exercițiului reflexiv	2h
7. Animația și grafica digitală în jurnalism. Tehnici de creare a conținutului vizual animat pentru știri și reportaje		2h
8. Storytelling pentru social media. Cum adaptăm conținutul vizual pentru rețelele sociale și maximizăm engagementul		2h
9. Etica și manipularea în storytelling-ul vizual. Cum evităm dezinformarea și influențarea emoțională excesivă		2h
10. Adaptarea conținutului vizual pentru diferite medii. Optimizarea materialelor pentru TV, online și print		2h
11. Instrumente digitale pentru storytelling vizual. Softuri și aplicații esențiale pentru editare și producție vizuală		2h
12. Crearea unui proiect de storytelling vizual. De la idee la execuție, punerea în practică a tehnicilor vizuale		2h
13. Evaluarea impactului conținutului vizual. Cum măsurăm eficiența storytelling-ului vizual asupra audienței		2h
14. Tendințe și viitorul storytelling-ului vizual. Realitate augmentată, jurnalism 360° și noi forme de narațiune digitală		2h
Bibliografie: Boșoteanu, Ionela Carmen, <i>New Media</i> , Editura Institutul European, Iași, 2012. Coman, Mihai, <i>Manual de jurnalism</i> , Editura Polirom, Iași, 2014. Gallo, Carmine, <i>Secretul unui storyteller</i> , Editura Act și Politon, București, 2022. Ivan, Loredana, Chelcea Adina, Chelcea Septimiu, <i>Comunicarea nonverbală în interacțiunile cotidiene</i> , Editura comunicare.ro, București, 2021. Kobre, Kenneth, <i>Photojournalism: The Professionals' Approach</i> , Routledge, Oxfordshire, 2016. McLuhan, Marshall, <i>Să înțelegem media. Extensiile omului</i> , Editura Curtea Veche, București, 2011. Mireanu, Dan Constantin, <i>Războiul ca spectacol</i> , Editura Tritonic, București, 2014. Momoc, Antonio, <i>Comunicare politică și internet</i> , Editura Tritonic, București, 2014. Rad, Ilie (coord.), <i>Fotojurnalism și imagine</i> , Editura Tritonic, București, 2015.		
8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Exerciții de cercetare vizuală. Documentarea și selecția imaginilor relevante pentru o poveste jurnalistică	conversația euristică,	2h
2. Fotografia narativă. Construirea unei povești prin imagini statice	explicația,	2h
3. Montaj video și ritmul narativ. Editarea unui scurt material jurnalistic vizual	exercițiul,	2h
4. Crearea unui infografic jurnalistic. Transformarea datelor în conținut vizual atractiv	obsevația, munca independentă,	2h

5. Storytelling vizual pentru social media. Adaptarea conținutului vizual pentru diferite platforme	activitate pe grupe, problematizarea; investigația; referatul; proiectul; portofoliul; autoevaluarea	2h
6. Etică și manipulare vizuală. Identificarea exemplelor de dezinformare și aplicarea principiilor etice		2h
7. Proiect final de storytelling vizual. Crearea și prezentarea unui material vizual jurnalistic		2h
Bibliografie Boșoteanu, Ionela Carmen, <i>New Media</i> , Editura Institutul European, Iași, 2012. Coman, Mihai, <i>Manual de jurnalism</i> , Editura Polirom, Iași, 2014. Gallo, Carmine, <i>Secretul unui storyteller</i> , Editura Act și Politon, București, 2022. Ivan, Loredana, Chelcea Adina, Chelcea Septimiu, <i>Comunicarea nonverbală în interacțiunile cotidiene</i> , Editura comunicare.ro, București, 2021. Kobre, Kenneth, <i>Photojournalism: The Professionals' Approach</i> , Routledge, Oxfordshire, 2016. McLuhan, Marshall, <i>Să înțelegem media. Extensiile omului</i> , Editura Curtea Veche, București, 2011. Mireanu, Dan Constantin. <i>Războiul ca spectacol</i> , Editura Tritonic, București, 2014. Momoc, Antonio, <i>Comunicare politică și internet</i> , Editura Tritonic, București, 2014. Rad, Ilie (coord.), <i>Fotojurnalism și imagine</i> , Editura Tritonic, București, 2015.		

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

- Conținuturile disciplinei sunt aliniate cu cele din programele similare oferite de alte centre universitare din România. Absolvenții acestui curs pot aplica cunoștințele dobândite în activitățile profesionale și de cercetare ulterioare, în dezvoltarea proiectelor individuale sau în cadrul activităților desfășurate în echipă.

10. Evaluare

10.1 Evaluare			
Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- Capacitate de sinteză și prelucrare a informațiilor; Capacitate de definire de concepte, de demonstrație etc.	- evaluarea finală (examen)	minimum 50%
10.5 Seminar/laborator	- Însușirea și înțelegerea cunoștințelor prezentate în curs. Capacitatea de a pune în practică corect metodele, conceptele și noțiunile - Rezolvarea corectă și completă a temelor propuse; demonstrarea capacității de a explica și de a interpreta conținuturile teoretice pe de o parte și, de cealaltă parte de a pune în practică noile informații.	- studii de caz, portofolii, referate, comentarii și rezumate; discuții pe teme legate de noțiunile studiate	maximum 50%
	- Manifestări atitudinale	- Participare activă, conștiinciozitate, interes pentru studiul individual și în grup	
10.6 Standard minim de performanță			
• însușirea noțiunilor de bază ale disciplinei • utilizarea parțial adecvată a terminologiei și a conceptelor asociate disciplinei • elaborarea unui proiect de specialitate sau cel puțin a unei părți a unui asemenea proiect, aplicând atât cunoștințe, teorii și metode de analiză proprii disciplinei, cât și norme și principii de etică profesională.			

Data completării:

30.01.2025

Data avizării în catedră:

7.02.2025

Semnătura titularului de curs:

Lect. dr. Marius Țuca



Semnătura titularului de seminar:

Lect. dr. Marius Țuca



Semnătură șef catedră:

Prof. univ. dr. Simona Antofi



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați
1.2 Facultatea / Departamentul	Facultatea de Litere
1.3 Catedra	Literatură, lingvistică și jurnalism
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii	Studii universitare de master
1.6 Programul de studii/Calificarea	COMUNICARE, MEDIA ȘI PR

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	DEZINFORMARE ȘI RĂZBOAIE HIBRIDE I & II						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf. dr. Cătălin Negoită						
2.3 Titularul activităților de seminar	Conf. dr. Cătălin Negoită						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	I, II	2.6 Tipul de evaluare	Verificare, Examen	2.7 Regimul disciplinei	Opțională

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	98	din care: 3.5 curs	56	3.6 seminar/laborator	42
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					60
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					60
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					60
Tutoriat					10
Examinări					12
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual		202			
3.9 Total ore pe semestru		300			
3.10 Numărul de credite		12			

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	-
4.2 de competențe	Competențe TIC

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Laborator echipat cu calculatoare, TV și acces la Internet.
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	Laborator echipat cu calculatoare, TV și acces la Internet.

6. Competențele specifice acumulate conform ECSO, disponibile aici: <https://www.anc.edu.ro/competente/>

Competențe profesionale	CP1. Face cercetare de fond referitor la tema creației scrise. CP2. Examinează critic procesele de producție artistică. CP3. Creează conținut de știri pentru mediul online. CP4. Verifică texte. CP5. Se adaptează în funcție de tipul de mass-media. CP6. Urmează un cod de conduită etică al jurnaliștilor. CP7. Prezintă argumente în mod convingător.
Competențe transversale	CT1. Gândește critic. CT2. Face față stresului. CT3. Soluționează probleme. CT4. Construiește spirit de echipă.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	- Dezvoltarea competențelor studenților în identificarea și analiza fenomenelor de dezinformare; - Înțelegerea impactului războiului informațional asupra societății; - Formarea unei gândiri critice în evaluarea informațiilor din mass-media și mediul digital.
7.2 Obiectivele specifice	- Recunoașterea strategiilor de dezinformare și manipulare mediatică; - Analiza impactului propagandei asupra opiniei publice; - Identificarea surselor dezinformării și verificarea autenticității informațiilor; - Evaluarea efectelor războiului informațional asupra societății.

8. Conținuturi

8. 1 Curs	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. Introducere în conceptele de dezinformare și războaie hibride. Definiții și istoric.	2h	Prelegerea, conversația euristică, explicația, dezbateră, problematizarea.	- Masteranzii vor fi îndrumați în vederea consultării unor resurse bibliografice (inclusiv electronice) și a documentării suplimentare privind problematica vizată în cadrul cursurilor.
2. Tehnici și strategii de propagandă și manipulare în media	2h		
3. Actori principali în războiul informațional	2h		
4. Studii de caz privind dezinformarea în conflicte recente	2h		
5. Fake news și rolul platformelor digitale	2h		
6. Metode de verificare a informațiilor și fact-checking	2h		
7. Războiul cognitiv și influența asupra percepțiilor publice	2h		
8. Reglementări și politici publice privind combaterea dezinformării	2h		
9. Dezinformarea în contextul securității naționale	2h		
10. Psihologia dezinformării și impactul asupra societății	2h		
11. Inteligența artificială și dezinformarea digitală	2h		
12. Rolul jurnalismului de investigație în demascarea dezinformării	2h		
13. Tehnici avansate de analiză a dezinformării	2h		
14. Parteneriate internaționale în combaterea dezinformării	2h		

Bibliografie:

- ATTALI, J., Istoriile mass-mediei: De la semnalele cu fum la rețelele de socializare și dincolo de ele, Editura Polirom, Iași, 2022.
- BÂRGĂOANU, A., #FakeNews. Noua cursă a înarmării, Editura Evrika Publishing, București, 2018.
- BREMMER, I., Noi versus ei: Eșecul globalismului, Editura Corint Future, București, 2021.
- COMAN, M., Introducere în sistemul mass-media, Editura Polirom, Iași, 2016.
- DAVIS, S., Între adevăr și mistificare: Călătoria unui reporter de investigații în lumea știrilor false și a teoriilor conspirației. Editura Niculescu, București. 2021.
- FRENKEL, S., & KANG, C., Un adevăr neplăcut: Facebook și lupta pentru dominație, Editura Polirom, Iași, 2022.
- GREIFENEDER, R., JAFFE, M. E., NEWMAN, E. J., SCHWARZ, R. (Coord.), Psihologia Fake News: Acceptarea, distribuirea și corectarea informațiilor false, Editura Trei, București, 2021.
- HÂNCEAN, M. G., Rețelele sociale în era Facebook: o analiză sociologică, Editura Polirom, Iași, 2018.
- KAPFERER, J. N., Zvonurile: Cel mai vechi mijloc de informare din lume, Editura Humanitas, București. 1993.
- LAZARSELD, P. F., BERELSON, B., & GAUDET, H., Mecanismul votului: Cum se decid alegătorii într-o campanie prezidențială, Editura Comunicare.ro, București, 2004.
- MOMOC, A., Comunicare 2.0: New media, participare și populism, Editura Adenium, Iași, 2014.
- NICHOLS, T., Sfârșitul competenței: discreditarea experților și campania împotriva cunoașterii tradiționale, Editura Polirom, Iași, 2019.
- NICHOLS, T., Cel mai mare dușman al nostru. Atacul din interior asupra democrației moderne, Editura Polirom, Iași, 2022.
- OPREA, B., Fake news și dezinformare online: recunoaște și verifică. Manual pentru toți utilizatorii de internet, Editura Polirom, Iași, 2021.
- ROȘCA, V., Mediatizarea discursului european, Editura Institutul European, Iași, 2007.
- SCARLAT, A. D., & COMAN, C., De la cultura populară la „fake news”. Démoni și troluri în lumea contemporană, Editura C. H. Beck, București, 2023.
- SEVERIN, W. J., & JAMES, W. T. Jr., Perspective asupra teoriilor comunicării de masă: Originile, metodele și

utilizarea lor în mass media, Editura Polirom, Iași, 2004. 18. SNYDER, T., Drumul spre nelibertate: Rusia, Europa, America, Editura Trei, București, 2021.			
8. 2 Seminar/laborator	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. Analiza unor campanii de dezinformare din trecut și prezent 2. Metode de manipulare mediatică: studii de caz 3. Fake news în social media: metode de identificare și combatere 4. Exerciții practice de fact-checking și verificare a surselor 5. Analiza discursurilor și a mesajelor de propagandă 6. Strategii de comunicare pentru combaterea dezinformării 7. Reglementări internaționale și politici naționale pentru combaterea dezinformării 8. Impactul dezinformării asupra securității naționale 9. Inteligența artificială și fenomenul deepfake 10. Studii de caz privind dezinformarea în cadrul conflictelor armate 11. Dileme de natură etică în combaterea dezinformării 12. Rolul jurnalismului de investigație în dezvăluirea rețelelor de dezinformare 13. Instrumente digitale pentru analiza și combaterea dezinformării 14. Parteneriate strategice între instituții și media pentru prevenirea dezinformării	2h 2h 2h 2h 2h 2h 2h 2h 2h 2h 2h 2h 2h 2h	Prelegerea, Studiile de caz, Dezbateri, Simulările practice, Ateliere interactive.	- Masteranzii au obligația de a parcurge bibliografia de referință.
8.3 Bibliografie: 1. ATTALI, J., Istoriile mass-mediei: De la semnalele cu fum la rețelele de socializare și dincolo de ele, Editura Polirom, Iași, 2022. 2. BÂRGĂOANU, A., #FakeNews. Noua cursă a înarmării, Editura Evrika Publishing, București, 2018. 3. BREMMER, I., Noi versus ei: Eșecul globalismului, Editura Corint Future, București, 2021. 4. COMAN, M., Introducere în sistemul mass-media, Editura Polirom, Iași, 2016. 5. DAVIS, S., Între adevăr și mistificare: Călătoria unui reporter de investigații în lumea știrilor false și a teoriilor conspirației. Editura Niculescu, București, 2021. 6. FRENKEL, S., & KANG, C., Un adevăr neplăcut: Facebook și lupta pentru dominație, Editura Polirom, Iași, 2022. 7. GREIFENEDER, R., JAFFE, M. E., NEWMAN, E. J., SCHWARZ, R. (Coord.), Psihologia Fake News: Acceptarea, distribuirea și corectarea informațiilor false, Editura Trei, București, 2021. 8. HÂNCEAN, M. G., Rețelele sociale în era Facebook: o analiză sociologică, Editura Polirom, Iași, 2018. 9. KAPFERER, J. N., Zvonurile: Cel mai vechi mijloc de informare din lume, Editura Humanitas, București, 1993. 10. LAZARFELD, P. F., BERELSON, B., & GAUDET, H., Mecanismul votului: Cum se decid alegerile într-o campanie prezidențială, Editura Comunicare.ro, București, 2004. 11. MOMOC, A., Comunicare 2.0: New media, participare și populism, Editura Adenium, Iași, 2014. 12. NICHOLS, T., Sfârșitul competenței: discreditarea experților și campania împotriva cunoașterii tradiționale, Editura Polirom, Iași, 2019. 13. NICHOLS, T., Cel mai mare dușman al nostru. Atacul din interior asupra democrației moderne, Editura Polirom, Iași, 2022. 14. OPREA, B., Fake news și dezinformare online: recunoaște și verifică. Manual pentru toți utilizatorii de internet, Editura Polirom, Iași, 2021. 15. ROȘCA, V., Mediatizarea discursului european, Editura Institutul European, Iași, 2007. 16. SCARLAT, A. D., & COMAN, C., De la cultura populară la „fake news”. Demoni și troli în lumea contemporană, Editura C. H. Beck, București, 2023. 17. SEVERIN, W. J., & JAMES, W. T. Jr., Perspective asupra teoriilor comunicării de masă: Originile, metodele și utilizarea lor în mass media, Editura Polirom, Iași, 2004. 18. SNYDER, T., Drumul spre nelibertate: Rusia, Europa, America, Editura Trei, București, 2021.			

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

Această disciplină răspunde cerințelor actuale ale pieței muncii și ale domeniului de comunicare și media, oferind studenților competențe esențiale pentru identificarea și combaterea dezinformării.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Parcurgerea și însușirea conținuturilor predate.	Evaluarea continuă prin metode orale.	10%
	Studiul bibliografiei și elaborarea portofoliului de fișe din studiile indicate.	Evaluarea continuă prin metode orale.	10%
10.5 Seminar/laborator	Elaborarea, în conformitate cu standardele științifice academice, a unei lucrări pe o temă propusă la sfârșitul semestrului.	Evaluarea sumativă prin probă scrisă.	50%
	Participarea la dezbaterile din cadrul seminariilor.	Evaluarea continuă prin metode orale.	30%
10.6 Standard minim de performanță			
Media notelor acordate la seminar să nu fie mai mică de 5.			
Media notelor acordate pentru temele de casă, portofolii, referate etc. să nu fie mai mică de 5.			
Acoperirea unui procent de 50 % din subiectul prevăzut pentru lucrarea finală.			

Data completării

20.01.2025

Semnătura titularului de curs

Conf. dr. Cătălin Negoită



Semnătura titularului de seminar

Conf. dr. Cătălin Negoită



Data avizării în catedră

30.01.2025

Semnătura șefului catedrei

Prof. univ. dr. Simona Antofi



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați
1.2 Facultatea / Departamentul	Facultatea de Litere
1.3 Catedra	Departamentul de literatură, lingvistică și jurnalism
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii	Masterat
1.6 Programul de studii/Calificarea	Comunicare, media și PR

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	BRANDING INSTITUȚIONAL I						
2.2 Titularul activităților de curs	Lect. dr. Petrica Pașilea						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. dr. Petrica Pașilea						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare	Verificare	2.7 Regimul disciplinei	Opțional

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					15
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					25
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					30
Tutoriat					10
Examinări					3
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual	83				
3.9 Total ore pe semestru	125				
3. 10 Numărul de credite	5				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Introducere în relații publice
4.2 de competențe	Competențe TIC

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	- Laborator echipat cu calculatoare și acces la Internet.
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	- Laborator echipat cu calculatoare și acces la Internet.

Competențe profesionale	CP1. Face cercetare de fond referitor la tema creației scrise. CP2. Utilizează tehnici de scriere specifice. CP3. Elaborează strategii de relații publice. CP5. Elaborează strategia mediatică. CP4. Oferă consiliere în ceea ce privește imaginea publică. CP5. Creează materiale de promovare. CP6. Face prezentări publice. CP7. Oferă consiliere în ceea ce privește relațiile publice. Consiliază politicienii în ceea ce privește procedurile electorale.
Competențe transversale	CT1. Gândește critic. CT2. Face față stresului. CT3. Soluționează probleme. CT4. Construiește spirit de echipă .

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	- Însușirea conținuturilor teoretico-metodologice și critice privind domeniul - Abilitatea de a accesa, interpreta și sintetiza informații de actualitate
7.2 Obiectivele specifice	- Înțelegerea și utilizarea limbajului de specialitate; - Înțelegerea principalelor concepte specifice domeniului activității de branding; - Dezvoltarea și implementarea strategiilor de branding instituțional în funcție de diferite contexte; - Dezvoltarea abilităților de identificare și de utilizare a instrumentelor, metodelor, tehnicilor și strategiilor specifice activității branding instituțional.

8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
1 Curs introductiv. Delimitări conceptuale: identitate, reputație, brand – 2 ore 2. Guvernamental, neguvernamental, corporatist. Tipologii – 4 ore 3. Globalizare și concurență - 2 ore 4. Comunicarea publică – 4 ore 5. Comunicarea organizațională – 2 ore 6. Opinia publică și liderul de opinie – 2 ore 7. Tactici în comunicarea scrisă, orală și vizuală – 4 ore 8. Comunicare și marketing online – 4 ore 9. Etica în comunicarea publică – 4 ore	Prelegerea, conversația euristică, explicația, dezbateră, problematizarea.	
Bibliografie: Aaker, David, <i>Managementul capitalului unui brand. Cum să valorificăm numele unui brand</i> , Brandbuildres Group, București, 2005. Abric, Jean-Claude, <i>Psihologia comunicării</i> , Polirom, Iași, 2002. Boncu, Stefan, <i>Psihologia influenței sociale</i> , Polirom, Iași, 2002. Chevalier, M., Mazzalovo, G., <i>Brands as a factor of progress</i> , Palgrave Macmillan Publisher, 2003. Cismaru, Diana-Maria, <i>Social media și managementul reputației</i> , Editura Tritonic, București, 2012. Cmeciu, Camelia, <i>Tendințe actuale în campania de relații publice</i> , Editura Polirom, Iași, 2013. Collett, Peter, <i>Cartea gesturilor: cum putem citi gândurile oamenilor din acțiunile lor</i> , Editura Trei, București, 2005. Coman, Cristina, <i>Relații publice, principii și strategii</i> , Iași, Editura Polirom, 2001. Corbu, Nicoleta, <i>Brandurile globale: o cercetare cros-culturală</i> , București, Editura Tritonic, 2009. Fisher-Buttinger, Claudia, Vallaster, Christina, <i>Noul branding: cum să construiești capitalul unei mărci</i> , Iași, Editura Polirom, 2011. Joannes, Alain, <i>Comunicarea prin imagini</i> , Iași, Editura Polirom, 2009. Klein, Naomi, <i>No logo: Tirania mărcilor</i> , București, Editura Comunicare.ro, 2006. Momoc, Antonio, <i>Comunicarea 2.0: New media, participare și populism</i> , Editura Adenium, Iași, 2014. Mucchielli, Alex, <i>Arta de a influența. Analiza tehnicilor de manipulare</i> , Editura Polirom, Iași, 2002. Radu, Raluca-Nicoleta, <i>Deontologia comunicării publice</i> , Polirom, 2015. Olins, Wally, <i>Despre brand</i> , Editura Comunicare.ro, București, 2006. Olins, Wally, <i>Manual de branding</i> , Editura Vellant, București, 2009. Olins, Wally, <i>Noul ghid de identitate: Walff Olins: cum se inițiază și susține schimbarea prin managementul identității</i> , București, Editura Comunicare.ro, 2010. Pânișoară, Ion-Ovidiu, <i>Comunicarea eficientă – metode de interacțiune educațională</i> , Editura Polirom, Iași, 2004. Schawbel, Dan, <i>Manual de branding personal</i> , Editura Amaltea, București, 2013. Vlăsceanu, Mihaela, <i>Organizații și comportament organizațional</i> , Editura Polirom, Iași, 2003. Wilcox, Dennis L., Cameron, Glen T., Ault, Phillip H., Agee, Warren K., <i>Relații publice strategii și tactici</i> , Editura Curtea Veche, București, 2009.		
8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Seminar introductive – 2 ore 2. Discriminare. Stereotipuri. Prejudecăți – 2 ore 3. Legislația privind drepturile de autor – 2 ore 4. Modalități de influențare a opiniei publice – 2 ore 5. Persuasiune. Propagandă. Manipulare – 2 ore 6. Elemente de marketing politic – 2 ore 7. Analiza de imagine organizațională – 2 ore	Prelegerea, explicația, problematizarea, conversația euristică, dezbateră, analiza de text.	
Bibliografie: Boncu, Stefan, <i>Psihologia influenței sociale</i> , Polirom, Iași, 2002.		

Cismaru, Diana-Maria, *Social media și managementul reputației*, Editura Tritonic, București, 2012.
 Cmeciu, Camelia, *Tendințe actuale în campania de relații publice*, Editura Polirom, Iași, 2013.
 Collett, Peter, *Cartea gesturilor: cum putem citi gândurile oamenilor din acțiunile lor*, Editura Trei, București, 2005.
 Corbu, Nicoleta, *Brandurile globale: o cercetare cross-culturală*, București, Editura Tritonic, 2009.
 Fisher-Buttinger, Claudia, Vallaster, Christina, *Noul branding: cum să construiești capitalul unei mărci*, Iași, Editura Polirom, 2011.
 Joannes, Alain, *Comunicarea prin imagini*, Editura Polirom, Iași, 2009.
 Klein, Naomi, *No logo: Tirania mărcilor*, Editura Comunicare.ro, București, 2006.
 Momoc, Antonio, *Comunicarea 2.0: New media, participare și populism*, Editura Adenium, Iași, 2014.
 Radu, Raluca-Nicoleta, *Deontologia comunicării publice*, Polirom, 2015.
 Olins, Wally, *Despre brand*, Editura Comunicare.ro, București, 2006.
 Olins, Wally, *Manual de branding*, Editura Vellant, București, 2009.
 Olins, Wally, *Noul ghid de identitate: Wally Olins: cum se inițiază și susține schimbarea prin managementul identității*, București, Editura Comunicare.ro, 2010.
 Schawbel, Dan, *Manual de branding personal*, Editura Amaltea, București, 2013.
 Wilcox, Dennis L., Cameron, Glen T., Ault, Phillip H., Agee, Warren K., *Relații publice strategii și tactici*, Editura Curtea Veche, București, 2009.

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

- Absolvenții masteratului vor putea valorifica aceste conținuturi în activitățile de cercetare ulterioare, în practica antreprenoriatului sau în cea de PR.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Parcurgerea și însușirea conținuturilor predate.	Evaluarea continuă prin metode orale.	10%
	Studiul bibliografiei și elaborarea portofoliului de fișe din studiile indicate.	Evaluarea continuă prin metode orale.	5%
10.5 Seminar/laborator	Elaborarea, în conformitate cu standardele științifice academice, a unei lucrări pe o temă propusă la sfârșitul semestrului.	Evaluarea sumativă prin probă scrisă (portofoliu)	65%
	Participarea la dezbaterile din cadrul seminariilor.	Evaluarea continuă prin metode orale.	20%
10.6 Standard minim de performanță			
Media notelor acordate la seminar să nu fie mai mică de 5.			
Media notelor acordate pentru temele de casă, portofolii, referate etc. să nu fie mai mică de 5.			
Acoperirea unui procent de 50 % din subiectul prevăzut pentru lucrarea finală.			

Data completării
20.01.2025

Semnătura titularului de curs
Lect. dr. Petrica Pașilea

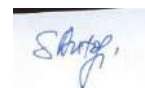


Semnătura titularului de seminar
Lect. dr. Petrica Pașilea



Data avizării în catedră
30.01.2025

Semnătura șefului catedrei
Prof. univ. dr. Simona Antofi



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați
1.2 Facultatea / Departamentul	Facultatea de Litere
1.3 Catedra	Departamentul de literatură, lingvistică și jurnalism
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii	Masterat
1.6 Programul de studii/Calificarea	Comunicare, media și PR

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	BRANDING INSTITUȚIONAL II						
2.2 Titularul activităților de curs	Lect. dr. Petrica Pașilea						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. dr. Petrica Pașilea						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	II	2.6 Tipul de evaluare	Examen	2.7 Regimul disciplinei	Opțional

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					35
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					30
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					45
Tutoriat					5
Examinări					4
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual		119			
3.9 Total ore pe semestru		175			
3.10 Numărul de credite		7			

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Introducere în relații publice
4.2 de competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	- Laborator echipat cu calculatoare și acces la Internet.
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	- Laborator echipat cu calculatoare și acces la Internet.

Competențe profesionale	CP1. Face cercetare de fond referitor la tema creației scrise. CP2. Utilizează tehnici de scriere specifice. CP3. Elaborează strategii de relații publice. CP5. Elaborează strategia mediatică. CP4. Oferă consiliere în ceea ce privește imaginea publică. CP5. Creează materiale de promovare. CP6. Face prezentări publice. CP7. Oferă consiliere în ceea ce privește relațiile publice.
Competențe transversale	CT1. Gândește critic. CT2. Face față stresului. CT3. Soluționează probleme. CT4. Construiește spirit de echipă.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	- Însușirea conținuturilor teoretico-metodologice și critice privind domeniul - Abilitatea de a accesa, interpreta și sintetiza informații de actualitate
7.2 Obiectivele specifice	- Înțelegerea principalelor concepte specifice domeniului activității de branding; - Dezvoltarea și implementarea strategiilor de branding instituțional în funcție de diferite contexte; - Dezvoltarea abilităților de identificare și de utilizare a instrumentelor, metodelor, tehnicilor și strategiilor specifice activității branding instituțional; - Dezvoltarea abilităților de analiză a campaniilor de branding instituțional deja derulate sau aflate în derulare; - Elaborarea propriilor strategii de branding.

8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Imaginea organizației – 2 ore 2. Construirea și menținerea reputației/brandului – 4 ore 3. Managementul reputației – 4 ore 4. Reputația în mediul online – 4 ore 5. „Brandingul de națiune” – 2 ore 6. Branding personal vs. Branding organizațional – 4 ore 7. Branding corporatist – 2 ore 8. Branding instituțional – 2 ore 9. Campanii de branding/rebranding – 2 ore 10. Evaluarea brandului – 2 ore	Prelegerea, conversația euristică, explicația, dezbateră, problematizarea.	
Bibliografie: Aaker, David, <i>Managementul capitalului unui brand. Cum să valorificăm numele unui brand</i> , Brandbuildres Group, București, 2005. Abric, Jean-Claude, <i>Psihologia comunicării</i> , Polirom, Iași, 2002. Anholt, S., <i>The Anholt City Brands Index</i> , 2005. Boncu, Ștefan, <i>Psihologia influenței sociale</i> , Polirom, Iași, 2002. Chevalier, M., Mazzalovo, G., <i>Brands as a factor of progress</i> , Palgrave Macmillan Publisher, 2003. Cismaru, Diana-Maria, <i>Social media și managementul reputației</i> , Editura Tritonic, București, 2012. Cmeci, Camelia, <i>Tendințe actuale în campania de relații publice</i> , Editura Polirom, Iași, 2013. Collett, Peter, <i>Cartea gesturilor: cum putem citi gândurile oamenilor din acțiunile lor</i> , Editura Trei, București, 2005. Coman, Cristina, <i>Relații publice, principii și strategii</i> , Iași, Editura Polirom, 2001. Corbu, Nicoleta, <i>Brandurile globale: o cercetare cros-culturală</i> , București, Editura Tritonic, 2009. Fisher-Buttinger, Claudia, Vallaster, Christina, <i>Noul branding: cum să construiești capitalul unei mărci</i> , Iași, Editura Polirom, 2011. Joannes, Alain, <i>Comunicarea prin imagini</i> , Iași, Editura Polirom, 2009. Klein, Naomi, <i>No logo: Tirania mărcilor</i> , București, Editura Comunicare.ro, 2006. Momoc, Antonio, <i>Comunicarea 2.0: New media, participare și populism</i> , Editura Adenium, Iași, 2014. Mucchielli, Alex, <i>Arta de a influența. Analiza tehnicilor de manipulare</i> , Editura Polirom, Iași, 2002. Radu, Raluca-Nicoleta, <i>Deontologia comunicării publice</i> , Polirom, 2015. Olins, Wally, <i>Despre brand</i> , Editura Comunicare.ro, București, 2006. Olins, Wally, <i>Manual de branding</i> , Editura Vellant, București, 2009. Olins, Wally, <i>Noul ghid de identitate: Wally Olins: cum se inițiază și susține schimbarea prin managementul identității</i> , București, Editura Comunicare.ro, 2010. Pânișoară, Ion-Ovidiu, <i>Comunicarea eficientă – metode de interacțiune educațională</i> , Editura Polirom, Iași, 2004. Schawbel, Dan, <i>Manual de branding personal</i> , Editura Amaltea, București, 2013. Vlăsceanu, Mihaela, <i>Organizații și comportament organizațional</i> , Editura Polirom, Iași, 2003. Wilcox, Dennis L., Cameron, Glen T., Ault, Phillip H., Agee, Warren K., <i>Relații publice strategii și tactici</i> , Editura Curtea Veche, București, 2009.		
8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Orientarea internă/externă – 4 ore 2. Branding de locație – 4 ore 3. Charisma personalității – 4 ore 4. Comunicarea în situații de criză – 4 ore 5. Criza de imagine – 4 ore 6. Modalități și tehnici de evaluare a brandului – 4 ore 7. Studii de caz – 4 ore	Prelegerea, explicația, problematizarea, conversația euristică, dezbateră, analiza de text.	

Bibliografie: Boncu, Stefan, <i>Psihologia influenței sociale</i>, Polirom, Iași, 2002. Cismaru, Diana-Maria, <i>Social media și managementul reputației</i>, Editura Tritonic, București, 2012. Cmeci, Camelia, <i>Tendințe actuale în campania de relații publice</i>, Editura Polirom, Iași, 2013. Collett, Peter, <i>Cartea gesturilor: cum putem citi gândurile oamenilor din acțiunile lor</i>, Editura Trei, București, 2005. Corbu, Nicoleta, <i>Brandurile globale: o cercetare cros-culturală</i>, București, Editura Tritonic, 2009. Fisher-Buttinger, Claudia, Vallaster, Christina, <i>Noul branding: cum să construiești capitalul unei mărci</i>, Iași, Editura Polirom, 2011. Joannes, Alain, <i>Comunicarea prin imagini</i>, Editura Polirom, Iași, 2009. Klein, Naomi, <i>No logo: Tirania mărcilor</i>, Editura Comunicare.ro, București, 2006. Momoc, Antonio, <i>Comunicarea 2.0: New media, participare și populism</i>, Editura Adenium, Iași, 2014. Radu, Raluca-Nicoleta, <i>Deontologia comunicării publice</i>, Polirom, 2015. Olins, Wally, <i>Despre brand</i>, Editura Comunicare.ro, București, 2006. Olins, Wally, <i>Manual de branding</i>, Editura Vellant, București, 2009. Olins, Wally, <i>Noul ghid de identitate: Walff Olins: cum se inițiază și susține schimbarea prin managementul identității</i>, București, Editura Comunicare.ro, 2010. Schawbel, Dan, <i>Manual de branding personal</i>, Editura Amaltea, București, 2013. Wilcox, Dennis L., Cameron, Glen T., Ault, Phillip H., Agee, Warren K., <i>Relații publice strategii și tactici</i>, Editura Curtea Veche, București, 2009.		

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

- Absolvenții masteratului vor putea valorifica aceste conținuturi în activitățile de cercetare ulterioare, în practica antreprenoriatului sau în cea de PR.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Parcursul și însușirea conținuturilor predate.	Evaluarea continuă prin metode orale.	10%
	Studiul bibliografiei și elaborarea portofoliului de fișe din studiile indicate.	Evaluarea continuă prin metode orale.	5%
10.5 Seminar/laborator	Elaborarea, în conformitate cu standardele științifice academice, a unei lucrări pe o temă propusă la sfârșitul semestrului.	Evaluarea sumativă prin probă scrisă (portofoliu)	65%
	Participarea la dezbaterile din cadrul seminariilor.	Evaluarea continuă prin metode orale.	20%
10.6 Standard minim de performanță			
Media notelor acordate la seminar să nu fie mai mică de 5.			
Media notelor acordate pentru teme de casă, portofolii, referate etc. să nu fie mai mică de 5.			
Acoperirea unui procent de 50 % din subiectul prevăzut pentru lucrarea finală.			

Data completării
20.01.2025

Semnătura titularului de curs
Lect. dr. Petrica Pațilea



Semnătura titularului de seminar
Lect. dr. Petrica Pațilea



Data avizării în catedră
30.01.2025

Semnătura șefului catedrei
Prof. univ. dr. Simona Antofi

Shirley,

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați
1.2 Facultatea / Departamentul	Facultatea de Litere
1.3 Catedra	Departamentul de literatură, lingvistică și jurnalism
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii	Masterat
1.6 Programul de studii/Calificarea	Comunicare, media și PR

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Comunicare persuasivă prin umor (CO) – sem I						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Iuliana Barna						
2.3 Titularul activităților de seminar	Conf. univ. dr. Iuliana Barna						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	1	2.6 Tipul de evaluare	V	2.7 Regimul disciplinei	Opt.

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					15
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					25
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					30
Tutoriat					10
Examinări					3
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual		83			
3.9 Total ore pe semestru		125			
3.10 Numărul de credite		5			

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	- Introducere în științele comunicării
4.2 de competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	- sală de curs, videoproiector, tablă smart, laptop, conexiune la internet, software necesare prezentărilor (powerpoint, pdf) - cursul va fi completat cu activități individuale pe baza suportului/notițelor de curs și a materialelor bibliografice
5.2. de desfășurare a seminarului	- sala de seminar, videoproiector, laptop, conexiune la internet, software necesare prezentărilor, planșe, fișe de lucru, instrumente online specializate (canva, kahoot) - activitățile de seminar se desfășoară pe baza bibliografiei și surselor online indicate. Sarcinile de lucru se rezolvă în echipe de lucru și individual, sub coordonarea cadrului didactic și a managerilor de proiect desemnați din rândul studenților

6. Competențele specifice acumulate

conform ECSO, disponibile aici: <https://www.anc.edu.ro/competente/>

Competențe profesionale	CP.1 Examinează critic procesele de producție artistică. CP2. Creează conținut de știri pentru mediul online. CP3. Se adaptează la situațiile în schimbare. CP4. Prezintă argumente în mod convingător. CP5. Oferă consiliere în ceea ce privește relațiile publice. CP6. Consiliază politicienii în ceea ce privește procedurile electorale. CP7. Elaborează strategii de relații publice. CP8. Oferă consiliere în ceea ce privește imaginea publică. CP9. Creează materiale de promovare. CP.10. Face prezentări publice.
Competențe transversale	CT1. Gândește critic. CT2. Face față stresului. CT3. Soluționează probleme. CT4. Construiește spirit de echipă.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Disciplina Comunicare persuasivă prin umor își propune să dezvolte competențele masteranzilor în utilizarea strategică a umorului ca instrument de persuasiune în diverse contexte de comunicare. Cursul explorează mecanismele psihologice și lingvistice ale umorului, impactul său asupra receptării mesajelor și rolul său în consolidarea relațiilor interpersonale și instituționale. Printr-o abordare teoretică și aplicativă, studenții vor învăța să identifice și să utilizeze eficient umorul în discursul public, publicitate, negociere și managementul imaginii, contribuind astfel la optimizarea proceselor de comunicare profesională.
7.2 Obiectivele specifice	Obiective cognitive • Analizarea impactului umorului în producțiile artistice contemporane și a modului în care acesta influențează percepția publicului. • Identificarea și aplicarea tehnicilor umoristice pentru a crește atractivitatea și impactul conținutului jurnalistic în mediul digital. • Evaluarea strategiilor de umor adaptabil și a modului în care acestea pot fi utilizate pentru a gestiona schimbările și imprevizibilitatea în comunicare. • Aplicarea tehnicilor persuasive prin umor pentru a spori eficiența argumentației și a facilita acceptarea punctelor de vedere. • Analizarea utilizării umorului ca instrument strategic în relațiile publice pentru a îmbunătăți imaginea organizațiilor și interacțiunea cu publicul. • Evaluarea impactului umorului în campaniile electorale și în strategiile de comunicare politică. • Crearea unor strategii de relații publice care integrează umorul pentru a crește angajamentul și loialitatea publicului. • Analizarea și utilizarea umorului în planificarea campaniilor media pentru a spori eficiența mesajelor transmise. • Identificarea rolului umorului în construirea și menținerea unei imagini publice pozitive. • Dezvoltarea de conținut promoțional care folosește umorul pentru a atrage atenția și a influența comportamentul publicului. • Aplicarea tehnicilor de umor pentru a îmbunătăți impactul și eficiența discursurilor și prezentărilor publice. Obiective procedurale

	• Exersarea și integrarea strategiilor de umor (exagerare, ironie, autoironie, umor de situație) în redactarea și susținerea discursurilor persuasive. • Crearea și adaptarea mesajelor umoristice pentru diverse canale (social media, publicitate, relații publice, jurnalism) și testarea eficienței acestora prin exerciții practice. • Evaluarea efectului umorului asupra audienței prin studii de caz și feedback din partea colegilor, ajustând tehnicile pentru a maximiza eficacitatea persuasivă. Obiective atitudinale • Dezvoltarea unei atitudini critice și responsabile față de utilizarea umorului în comunicare. Cultivarea discernământului în alegerea strategiilor umoristice adecvate, evitând conținutul ofensator sau manipulator. • Încurajarea creativității și flexibilității în utilizarea umorului. Promovarea unei abordări inovatoare și adaptabile în integrarea umorului în diferite contexte de comunicare persuasivă. • Creșterea încrederii în utilizarea umorului ca instrument de influență. Dezvoltarea unei atitudini proactive și sigure în aplicarea umorului pentru a spori impactul mesajelor transmise și a îmbunătăți interacțiunile profesionale.
--	--

8. Conținuturi

6. Conținuturi		
8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Introducere în studiul umorului. Definiții, tipologii și mecanisme cognitive	prelegerea, conversația euristică, dezbateră, explicația, observația; prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului reflexiv	2h
2. Teorii clasice și contemporane ale umorului		2h
3. Elemente de retorică și persuasiune. Concepte fundamentale		2h
4. Relația dintre umor și persuasiune: perspective psihologice și sociologice		2h
5. Ironia, sarcasmul și autoironia ca instrumente persuasive		2h
6. Umorel de situație vs. umorul verbal. Adaptare la context		2h
7. Structurarea unui discurs persuasiv prin umor		2h
8. Crearea și utilizarea replicilor amuzante (punchline) în comunicarea profesională		2h
9. Umorel în publicitate: studii de caz și strategii eficiente		2h
10. Impactul umorului în jurnalismul de opinie și satira politică		2h
11. Umorel în relațiile publice: gestionarea imaginii prin strategii amuzante		2h
12. Rolul umorului în campaniile electorale și comunicarea politică		2h
13. Umorel ca tehnică de negociere și rezolvare a conflictelor		2h
14. Construirea și menținerea relațiilor interpersonale prin umor		2h
Bibliografie: Berger, Arthur Asa, <i>An Anatomy of Humor</i> , Transaction Publishers, New Brunswick, 1993. Berlyne, Daniel E., <i>Laughter, Humor, and Play: A Guide to Books and Other References</i> , Scarecrow Press, Metuchen, 1986. Chelcea, Septimiu, <i>Opinia publică: strategii de persuasiune și manipulare</i> , Editura Economică, București, 2006. Cialdini, Robert B., <i>Influence: Science and Practice</i> , Allyn & Bacon, Boston, 2001. De Bono, Edward, <i>Lateral Thinking: Creativity Step by Step</i> , Harper & Row, New York, 1970. De Peretti, André; Legrand, Jean-André; Boniface, Jean, <i>Tehnici de comunicare</i> , Editura Polirom, Iași, 2001. Gruner, Charles R., <i>The Game of Humor: A Comprehensive Theory of Why We Laugh</i> , Transaction Publishers, New Brunswick, 1997. Hogan, Kevin, <i>The Psychology of Persuasion: How to Persuade Others to Your Way of Thinking</i> , Pelican Publishing, Gretna, 1996. Martin, Rod A., <i>The Psychology of Humor: An Integrative Approach</i> , Elsevier Academic Press, Burlington, 2007. McGhee, Paul E., <i>Humor: Its Origin and Development</i> , W.H. Freeman, San Francisco, 1979.		

Miller, Gerald R., <i>On Being Persuaded: Some Basic Distinctions</i>, în <i>Persuasion: New Directions in Theory and Research</i>, Sage Publications, Beverly Hills, 1978. Norrick, Neal R., <i>Conversational Joking: Humor in Everyday Talk</i>, Indiana University Press, Bloomington, 1993. Pânișoară, Ion-Ovidiu, <i>Comunicarea eficientă</i>, Editura Polirom, Iași, 2008. Perloff, Richard M., <i>The Dynamics of Persuasion: Communication and Attitudes in the 21st Century</i>, Routledge, New York, 2010. Ross, Alison, <i>The Language of Humour</i>, Routledge, London, 1998. Stănciugelu, Irina; Tudor, Raluca; Tran, Adriana; Tran, Vasile, <i>Teoria comunicării</i>, Editura SNSPA, București, 2018. Zaharia, Raluca-Nicoleta, <i>Mozaicul comunicării</i>, Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca, 2019. Zillmann, Dolf; Bryant, Jennings (Eds.), <i>Perspectives on Humor</i>, Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale, 1986.		
8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Analiza tipologiilor umorului. Identificarea și clasificarea diferitelor forme de umor prin exemple și studii de caz.	conversația euristică,	2h
2. Tehnici persuasive în umor. Exerciții practice de recunoaștere și aplicare a tehnicilor persuasive bazate pe umor.	explicația, exercițiul,	2h
3. Psihologia umorului. Discuții și aplicații privind impactul cognitiv și emoțional al umorului asupra receptorilor.	observația, munca independentă,	2h
4. Ironia, sarcasmul și autoironia în comunicare. Exerciții de creare și analiză a mesajelor ironice.	activitate pe grupe, problematizarea;	2h
5. Structurarea unui discurs persuasiv umoristic. Atelier de redactare și prezentare a discursurilor cu elemente de umor.	investigația; referatul; proiectul;	2h
6. Crearea unui punchline eficient. Workshop de dezvoltare a replicilor memorabile și cu mare impact.	portofoliul; autoevaluarea	2h
7. Exerciții de improvizație. Dezvoltarea abilităților de reacție rapidă și adaptare prin umor în contexte diverse.		2h
Bibliografie Berger, Arthur Asa, <i>An Anatomy of Humor</i>, Transaction Publishers, New Brunswick, 1993. Berlyne, Daniel E., <i>Laughter, Humor, and Play: A Guide to Books and Other References</i>, Scarecrow Press, Metuchen, 1986. Chelcea, Septimiu, <i>Opinia publică: strategii de persuasiune și manipulare</i>, Editura Economică, București, 2006. Cialdini, Robert B., <i>Influence: Science and Practice</i>, Allyn & Bacon, Boston, 2001. De Bono, Edward, <i>Lateral Thinking: Creativity Step by Step</i>, Harper & Row, New York, 1970. De Peretti, André; Legrand, Jean-André; Boniface, Jean, <i>Tehnici de comunicare</i>, Editura Polirom, Iași, 2001. Gruner, Charles R., <i>The Game of Humor: A Comprehensive Theory of Why We Laugh</i>, Transaction Publishers, New Brunswick, 1997. Hogan, Kevin, <i>The Psychology of Persuasion: How to Persuade Others to Your Way of Thinking</i>, Pelican Publishing, Gretna, 1996. Martin, Rod A., <i>The Psychology of Humor: An Integrative Approach</i>, Elsevier Academic Press, Burlington, 2007. McGhee, Paul E., <i>Humor: Its Origin and Development</i>, W.H. Freeman, San Francisco, 1979. Miller, Gerald R., <i>On Being Persuaded: Some Basic Distinctions</i>, în <i>Persuasion: New Directions in Theory and Research</i>, Sage Publications, Beverly Hills, 1978. Norrick, Neal R., <i>Conversational Joking: Humor in Everyday Talk</i>, Indiana University Press, Bloomington, 1993. Pânișoară, Ion-Ovidiu, <i>Comunicarea eficientă</i>, Editura Polirom, Iași, 2008. Perloff, Richard M., <i>The Dynamics of Persuasion: Communication and Attitudes in the 21st Century</i>, Routledge, New York, 2010. Ross, Alison, <i>The Language of Humour</i>, Routledge, London, 1998. Stănciugelu, Irina; Tudor, Raluca; Tran, Adriana; Tran, Vasile, <i>Teoria comunicării</i>, Editura SNSPA, București, 2018. Zaharia, Raluca-Nicoleta, <i>Mozaicul comunicării</i>, Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca, 2019. Zillmann, Dolf; Bryant, Jennings (Eds.), <i>Perspectives on Humor</i>, Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale, 1986.		

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

- Conținuturile disciplinei sunt aliniate cu cele din programele similare oferite de alte centre universitare din România. Absolvenții acestui curs pot aplica cunoștințele dobândite în activitățile profesionale și de cercetare ulterioare, în dezvoltarea proiectelor individuale sau în cadrul activităților desfășurate în echipă.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- Capacitate de sinteză și prelucrare a informațiilor; Capacitate de definire de concepte, de demonstrație etc.	- evaluarea finală (examen)	minimum 50%
10.5 Seminar/laborator	- Însușirea și înțelegerea cunoștințelor prezentate în curs. Capacitatea de a pune în practică corect metodele, conceptele și noțiunile - Rezolvarea corectă și completă a temelor propuse; demonstrarea capacității de a explica și de a interpreta conținuturile teoretice pe de o parte și, de cealaltă parte de a pune în practică noile informații.	- studii de caz, portofolii, referate, comentarii și rezumate; discuții pe teme legate de noțiunile studiate	maximum 50%
	- Manifestări atitudinale	- Participare activă, conștiinciozitate, interes pentru studiul individual și în grup	
10.6 Standard minim de performanță			
• însușirea noțiunilor de bază ale disciplinei • utilizarea parțial adecvată a terminologiei și a conceptelor asociate disciplinei • elaborarea unui proiect de specialitate sau cel puțin a unei părți a unui asemenea proiect, aplicând atât cunoștințe, teorii și metode de analiză proprii disciplinei, cât și norme și principii de etică profesională.			

Data completării:

20.01.2025

Semnătura titularului de curs:

Conf. univ. dr. Iuliana Barna



Semnătura titularului de seminar:

Conf. univ. dr. Iuliana Barna

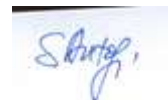


Data avizării în catedră:

30.01.2025

Semnătură șef catedră:

Prof. univ. dr. Simona Antofi



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați
1.2 Facultatea / Departamentul	Facultatea de Litere
1.3 Catedra	Departamentul de literatură, lingvistică și jurnalism
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii	Masterat
1.6 Programul de studii/Calificarea	Comunicare, media și PR

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Comunicare persuasivă prin umor (CO) – sem II						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Iuliana Barna						
2.3 Titularul activităților de seminar	Conf. univ. dr. Iuliana Barna						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	2	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	Opt.

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					35
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					30
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					45
Tutoriat					5
Examinări					4
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual		119			
3.9 Total ore pe semestru		175			
3.10 Numărul de credite		7			

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	- Introducere în științele comunicării
4.2 de competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	- sală de curs, videoproiector, tablă smart, laptop, conexiune la internet, software necesare prezentărilor (powerpoint, pdf) - cursul va fi completat cu activități individuale pe baza suportului/notițelor de curs și a materialelor bibliografice
5.2. de desfășurare a seminarului	- sala de seminar, videoproiector, laptop, conexiune la internet, software necesare prezentărilor, planșe, fișe de lucru, instrumente online specializate (canva, kahoot) - activitățile de seminar se desfășoară pe baza bibliografiei și surselor online indicate. Sarcinile de lucru se rezolvă în echipe de lucru și individual, sub coordonarea cadrului didactic și a managerilor de proiect desemnați din rândul studenților

6. Competențele specifice acumulate

conform ECSO, disponibile aici: <https://www.anc.edu.ro/competente/>

Competențe profesionale	CP.1 Examinează critic procesele de producție artistică. CP2. Creează conținut de știri pentru mediul online. CP3. Se adaptează la situațiile în schimbare. CP4. Prezintă argumente în mod convingător. CP5. Oferă consiliere în ceea ce privește relațiile publice. CP6. Consiliază politicienii în ceea ce privește procedurile electorale. CP7. Elaborează strategii de relații publice. CP8. Oferă consiliere în ceea ce privește imaginea publică. CP9. Creează materiale de promovare. CP.10. Face prezentări publice.
Competențe	CT1. Gândește critic. CT2. Face față stresului. CT3. Soluționează probleme. CT4. Construiește spirit de echipă.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Disciplina Comunicare persuasivă prin umor își propune să dezvolte competențele masteranzilor în utilizarea strategică a umorului ca instrument de persuasiune în diverse contexte de comunicare. Cursul explorează mecanismele psihologice și lingvistice ale umorului, impactul său asupra receptării mesajelor și rolul său în consolidarea relațiilor interpersonale și instituționale. Printr-o abordare teoretică și aplicativă, studenții vor învăța să identifice și să utilizeze eficient umorul în discursul public, publicitate, negociere și managementul imaginii, contribuind astfel la optimizarea proceselor de comunicare profesională.
7.2 Obiectivele specifice	Obiective cognitive • Analizarea impactului umorului în producțiile artistice contemporane și a modului în care acesta influențează percepția publicului. • Identificarea și aplicarea tehnicilor umoristice pentru a crește atractivitatea și impactul conținutului jurnalistic în mediul digital. • Evaluarea strategiilor de umor adaptabil și a modului în care acestea pot fi utilizate pentru a gestiona schimbările și imprevizibilitatea în comunicare. • Aplicarea tehnicilor persuasive prin umor pentru a spori eficiența argumentației și a facilita acceptarea punctelor de vedere. • Analizarea utilizării umorului ca instrument strategic în relațiile publice pentru a îmbunătăți imaginea organizațiilor și interacțiunea cu publicul. • Evaluarea impactului umorului în campaniile electorale și în strategiile de comunicare politică. • Crearea unor strategii de relații publice care integrează umorul pentru a crește angajamentul și loialitatea publicului. • Analizarea și utilizarea umorului în planificarea campaniilor media pentru a spori eficiența mesajelor transmise. • Identificarea rolului umorului în construirea și menținerea unei imagini publice pozitive. • Dezvoltarea de conținut promoțional care folosește umorul pentru a atrage atenția și a influența comportamentul publicului. • Aplicarea tehnicilor de umor pentru a îmbunătăți impactul și eficiența discursurilor și prezentărilor publice. Obiective procedurale

	• Exersarea și integrarea strategiilor de umor (exagerare, ironie, autoironie, umor de situație) în redactarea și susținerea discursurilor persuasive. • Crearea și adaptarea mesajelor umoristice pentru diverse canale (social media, publicitate, relații publice, jurnalism) și testarea eficienței acestora prin exerciții practice. • Evaluarea efectului umorului asupra audienței prin studii de caz și feedback din partea colegilor, ajustând tehnicile pentru a maximiza eficacitatea persuasivă. Obiective atitudinale • Dezvoltarea unei atitudini critice și responsabile față de utilizarea umorului în comunicare. Cultivarea discernământului în alegerea strategiilor umoristice adecvate, evitând conținutul ofensator sau manipulator. • Încurajarea creativității și flexibilității în utilizarea umorului. Promovarea unei abordări inovatoare și adaptabile în integrarea umorului în diferite contexte de comunicare persuasivă. • Creșterea încrederii în utilizarea umorului ca instrument de influență. Dezvoltarea unei atitudini proactive și sigure în aplicarea umorului pentru a spori impactul mesajelor transmise și a îmbunătăți interacțiunile profesionale.
--	--

8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Etică și responsabilitate în utilizarea umorului în medii profesionale. Aspecte de care putem râde, aspecte de care nu avem voie să râdem	prelegerea, conversația	2h
2. Adaptarea umorului la diferite audiențe și contexte culturale	euristică,	2h
3. Meme-urile și viralizarea conținutului umoristic pe internet	dezbateră,	2h
4. Storytelling și umor în social media. Crearea conținutului atractiv	explicația,	2h
5. Umorel în branding personal și marketing digital	observația;	2h
6. Gestionarea crizelor de imagine prin umor în mediul online	prezentări în	2h
7. Crearea de materiale promoționale cu umor. Workshop practic	power-point pentru	2h
8. Analiza umorului în discursurile publice celebre	stimularea	2h
9. Testarea impactului umorului prin experimente și feedback de audiență	exercițiului reflexiv	2h
10. Exerciții de improvizație și tehnici de stand-up aplicabile în comunicare		2h
11. Măsurarea eficienței umorului în campaniile de comunicare		2h
12. Adaptarea strategiilor umoristice în funcție de feedback-ul publicului		2h
13. Dezvoltarea unui proiect final: campanie de comunicare persuasivă prin umor		2h
14. Concluzii și perspective viitoare în utilizarea umorului în comunicare		2h
Bibliografie: Berger, Arthur Asa, <i>An Anatomy of Humor</i> , Transaction Publishers, New Brunswick, 1993. Berlyne, Daniel E., <i>Laughter, Humor, and Play: A Guide to Books and Other References</i> , Scarecrow Press, Metuchen, 1986. Chelcea, Septimiu, <i>Opinia publică: strategii de persuasiune și manipulare</i> , Editura Economică, București, 2006. Cialdini, Robert B., <i>Influence: Science and Practice</i> , Allyn & Bacon, Boston, 2001. De Bono, Edward, <i>Lateral Thinking: Creativity Step by Step</i> , Harper & Row, New York, 1970. De Peretti, André; Legrand, Jean-André; Boniface, Jean, <i>Tehnici de comunicare</i> , Editura Polirom, Iași, 2001. Gruner, Charles R., <i>The Game of Humor: A Comprehensive Theory of Why We Laugh</i> , Transaction Publishers, New Brunswick, 1997. Hogan, Kevin, <i>The Psychology of Persuasion: How to Persuade Others to Your Way of Thinking</i> , Pelican Publishing, Gretna, 1996. Martin, Rod A., <i>The Psychology of Humor: An Integrative Approach</i> , Elsevier Academic Press, Burlington, 2007.		

McGhee, Paul E., <i>Humor: Its Origin and Development</i>, W.H. Freeman, San Francisco, 1979. Miller, Gerald R., <i>On Being Persuaded: Some Basic Distinctions</i>, în <i>Persuasion: New Directions in Theory and Research</i>, Sage Publications, Beverly Hills, 1978. Norrick, Neal R., <i>Conversational Joking: Humor in Everyday Talk</i>, Indiana University Press, Bloomington, 1993. Pânișoară, Ion-Ovidiu, <i>Comunicarea eficientă</i>, Editura Polirom, Iași, 2008. Perloff, Richard M., <i>The Dynamics of Persuasion: Communication and Attitudes in the 21st Century</i>, Routledge, New York, 2010. Ross, Alison, <i>The Language of Humour</i>, Routledge, London, 1998. Stănciugelu, Irina; Tudor, Raluca; Tran, Adriana; Tran, Vasile, <i>Teoria comunicării</i>, Editura SNSPA, București, 2018. Zaharia, Raluca-Nicoleta, <i>Mozaicul comunicării</i>, Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca, 2019. Zillmann, Dolf; Bryant, Jennings (Eds.), <i>Perspectives on Humor</i>, Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale, 1986.		
8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Studiu de caz: umorul în publicitate. Analiza campaniilor publicitare celebre care folosesc umorul.	conversația euristică,	2h
2. Satira și umorul în jurnalismul de opinie. Evaluarea impactului umorului în formarea opiniei publice.	explicația, exercițiul,	2h
3. Strategii de umor în relațiile publice. Simulare de campanie de PR bazată pe umor.	obsevația, munca independentă,	2h
4. Comunicarea politică și umorul electoral. Analiza discursurilor și reclamelor politice umoristice.	activitate pe grupe, problematizarea;	2h
5. Rolul umorului în negociere și rezolvarea conflictelor. Studii de caz și exerciții de aplicare a tehnicilor umoristice.	investigația; referatul; proiectul;	2h
6. Adaptarea umorului la contexte culturale diverse. Simulare de prezentări pentru audiențe cu sensibilități culturale diferite.	portofoliul; autoevaluarea	2h
7. Utilizarea umorului în mediul organizațional. Discuție despre avantajele și riscurile umorului la locul de muncă.		2h
8. Crearea de conținut viral bazat pe umor. Workshop de dezvoltare a meme-urilor și postărilor amuzante.		2h
9. Storytelling umoristic în social media. Exerciții de redactare a unor povești captivante cu umor.		2h
10. Gestionarea crizelor de imagine prin umor. Simulare de răspunsuri umoristice la situații critice.		2h
11. Exercițiu de stand-up aplicat în comunicare. Crearea și susținerea unui scurt moment de stand-up pe un subiect profesional.		2h
12. Dezvoltarea unei campanii umoristice de promovare. Lucru în echipe pentru elaborarea unei strategii complete.		2h
13. Feedback și ajustare a strategiilor umoristice. Prezentare și analiză a proiectelor individuale sau de grup.		2h
14. Prezentarea finală: aplicarea umorului în comunicarea persuasivă. Evaluare a competențelor dobândite printr-un proiect complex.		2h
Bibliografie Berger, Arthur Asa, <i>An Anatomy of Humor</i>, Transaction Publishers, New Brunswick, 1993. Berlyne, Daniel E., <i>Laughter, Humor, and Play: A Guide to Books and Other References</i>, Scarecrow Press, Metuchen, 1986. Chelcea, Septimiu, <i>Opinia publică: strategii de persuasiune și manipulare</i>, Editura Economică, București, 2006. Cialdini, Robert B., <i>Influence: Science and Practice</i>, Allyn & Bacon, Boston, 2001. De Bono, Edward, <i>Lateral Thinking: Creativity Step by Step</i>, Harper & Row, New York, 1970. De Peretti, André; Legrand, Jean-André; Boniface, Jean, <i>Tehnici de comunicare</i>, Editura Polirom, Iași, 2001. Gruner, Charles R., <i>The Game of Humor: A Comprehensive Theory of Why We Laugh</i>, Transaction Publishers, New Brunswick, 1997. Hogan, Kevin, <i>The Psychology of Persuasion: How to Persuade Others to Your Way of Thinking</i>, Pelican Publishing, Gretna, 1996. Martin, Rod A., <i>The Psychology of Humor: An Integrative Approach</i>, Elsevier Academic Press, Burlington, 2007. McGhee, Paul E., <i>Humor: Its Origin and Development</i>, W.H. Freeman, San Francisco, 1979.		

Miller, Gerald R., *On Being Persuaded: Some Basic Distinctions*, în *Persuasion: New Directions in Theory and Research*, Sage Publications, Beverly Hills, 1978.

Norrick, Neal R., *Conversational Joking: Humor in Everyday Talk*, Indiana University Press, Bloomington, 1993.

Pânișoară, Ion-Ovidiu, *Comunicarea eficientă*, Editura Polirom, Iași, 2008.

Perloff, Richard M., *The Dynamics of Persuasion: Communication and Attitudes in the 21st Century*, Routledge, New York, 2010.

Ross, Alison, *The Language of Humour*, Routledge, London, 1998.

Stănciugelu, Irina; Tudor, Raluca; Tran, Adriana; Tran, Vasile, *Teoria comunicării*, Editura SNSPA, București, 2018.

Zaharia, Raluca-Nicoleta, *Mozaicul comunicării*, Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca, 2019.

Zillmann, Dolf; Bryant, Jennings (Eds.), *Perspectives on Humor*, Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale, 1986.

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

- Conținuturile disciplinei sunt aliniate cu cele din programele similare oferite de alte centre universitare din România. Absolvenții acestui curs pot aplica cunoștințele dobândite în activitățile profesionale și de cercetare ulterioare, în dezvoltarea proiectelor individuale sau în cadrul activităților desfășurate în echipă.

10. Evaluare

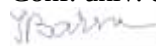
10. Evaluare			
Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- Capacitate de sinteză și prelucrare a informațiilor; Capacitate de definire de concepte, de demonstrație etc.	- evaluarea finală (examen)	minimum 50%
10.5 Seminar/laborator	- Însușirea și înțelegerea cunoștințelor prezentate în curs. Capacitatea de a pune în practică corect metodele, conceptele și noțiunile - Rezolvarea corectă și completă a temelor propuse; demonstrarea capacității de a explica și de a interpreta conținuturile teoretice pe de o parte și, de cealaltă parte de a pune în practică noile informații.	- studii de caz, portofolii, referate, comentarii și rezumate; discuții pe teme legate de noțiunile studiate	maximum 50%
	- Manifestări atitudinale	- Participare activă, conștiinciozitate, interes pentru studiul individual și în grup	
10.6 Standard minim de performanță			
• însușirea noțiunilor de bază ale disciplinei • utilizarea parțial adecvată a terminologiei și a conceptelor asociate disciplinei • elaborarea unui proiect de specialitate sau cel puțin a unei părți a unui asemenea proiect, aplicând atât cunoștințe, teorii și metode de analiză proprii disciplinei, cât și norme și principii de etică profesională.			

Data completării:

20.01.2025

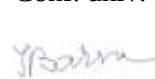
Semnătura titularului de curs:

Conf. univ. dr. Iuliana Barna



Semnătura titularului de seminar:

Conf. univ. dr. Iuliana Barna



Data avizării în catedră:

30.01.2025

Semnătură șef catedră:

Prof. univ. dr. Simona Antofi

Shirley,

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați
1.2 Facultatea / Departamentul	Facultatea de Litere
1.3 Catedra	Departamentul de literatură, lingvistică și jurnalism
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii	Masterat
1.6 Programul de studii/Calificarea	Comunicare, media și PR

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Copywriting (CO) Sem. I						
2.2 Titularul activităților de curs	Lect. dr. Daniela Bogdan						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. dr. Daniela Bogdan						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare	Verificare	2.7 Regimul disciplinei	Opțional

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					35
Tutoriat					5
Examinări					3
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual		83			
3.9 Total ore pe semestru		125			
3.10 Numărul de credite		5			

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Pentru absolvenții de Jurnalism : Parcurgerea și însușirea conținuturilor specifice disciplinei Administrație publică și mass-media
4.2 de competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	- Laborator echipat cu calculatoare și acces la Internet.
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	- Laborator echipat cu calculatoare și acces la Internet.

Competențe profesionale	CP1. Face cercetare de fond referitor la tema creației scrise. CP2. Verifică texte. CP3. Utilizează tehnici de scriere specifice. CP4. Prezintă argumente în mod convingător. CP5. Se adaptează la situațiile în schimbare. CP6. Urmează un cod de conduită etică al jurnaliștilor.
Competențe transversale	Gândește critic. Face față stresului. Soluționează probleme. Construiește spirit de echipă .

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	- Însușirea conținuturilor teoretico-metodologice și critice privind domeniul - Abilitatea de a accesa, interpreta și sintetiza informații de actualitate
7.2 Obiectivele specifice	- Cunoașterea elementelor de bază privind copywritingul - Conceperea campaniilor publicitare bazate pe cei doi piloni - poziționare și gândire laterală - și generarea unor idei creative cu ajutorul tehnicilor de copywriting. - Creșterea capacității de a se folosi de tehnici utile de copywriting - Realizarea unui plan editorial de conținut: blog, social media, vlog.

8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Ce este copywritingul? Ce face un copywriter? Misiune și responsabilități - 2 ore 2. Specificul scrierii publicitare, în contextul larg al scrierii creative – 4 ore 3. Publicitatea online și provocările digitalizării – 4 ore 4. Scrierea creativă în publicitate. Gândirea laterală – 4 ore 5. Brieful adresat copywriterilor. Gestionarea situațiilor de informare incompletă. Rostul și limitele cercetării – 2 ore 6. Setarea unor obiective realiste după cercetarea variabilelor care definesc situația de comunicare. Capcanele aduse de vanity metrics. – 4 ore 7. Strategia de Content Marketing. Content Marketing – tips & tricks – 4 ore 8. Optimizarea unui text pentru motoarele de căutare – 4 ore	Prelegerea, conversația euristică, explicația, dezbateră, problematizarea.	
Bibliografie: Bolam, Helen, <i>The Indispensable Guide to Copywriting: How to Write Effective and Compelling Copy That Sells</i>, abebooks.co.uk, 2020. Goldenberg, Jacob/ Levav, Amnon/ Mazurski, David/ Solomon, Sorin, <i>Cracking the Ad Code</i>, Cambridge University Press, 2009 Koslow, S., Sasser, S. L., & Riordan, E. A. (2003, March). <i>What is Creative to Whom and Why?</i> Journal of Advertising Research, 43(1), 96–110. Premutico, L. “Only the Brave Will Reap the Benefits of Creativity,” Ad Age, 2019, disponibil la https://adage.com/article/opinion/only-brave-will-reap-benefits-creativity/2198811. W. Bly, Robert, <i>The Copywriter’s Handbook, A Step-By-Step Guide To Writing Copy That Sells</i>, 4th Edition Macmillan, 2020. van Berlo, Z.M., Meijers, M.H., Eelen, J., Voorveld, H.A., & Eisend, M., <i>When the Medium Is the Message: A Meta-Analysis of Creative Media Advertising Effects</i>, Journal of Advertising, vol. 53, 2023, disponibil la https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/00913367.2023.2186986#d1e293 https://www.senuto.com/ro/blog/copywriting-in-social-media/#Copywriting_pe_Facebook_Instagram_Twitter_si_LinkedIn https://copyblogger.com/ https://contentmarketinginstitute.com/		
8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
Studiu de caz - copywriting pe Facebook, Instagram și LinkedIn - 2 ore Blog și social media. Reguli de scris pentru articolele de blog și postările din social media. Exemple și studiu de caz. - 4 ore SEO Content Writing. Ce sunt cuvintele cheie și cum lucrăm cu ele. Cum se realizează optimizarea unui text și câteva tehnici de SEO On-Page eficiente – 4 ore Exersarea gândirii laterale. Modele de succes și exerciții – 4 ore	Prelegerea, conversația euristică, dezbateră, analiza de text.	
Bibliografie: Bolam, Helen, <i>The Indispensable Guide to Copywriting: How to Write Effective and Compelling Copy That Sells</i>, abebooks.co.uk, 2020. W. Bly, Robert, <i>The Copywriter’s Handbook, A Step-By-Step Guide To Writing Copy That Sells</i>, 4th Edition Macmillan, 2020. van Berlo, Z.M., Meijers, M.H., Eelen, J., Voorveld, H.A., & Eisend, M., <i>When the Medium Is the Message: A Meta-Analysis of Creative Media Advertising Effects</i>, Journal of Advertising, vol. 53, 2023, disponibil la https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/00913367.2023.2186986#d1e293		

https://www.senuto.com/ro/blog/copywriting-in-social-media/#Copywriting_pe_Facebook_Instagram_Twitter_si_LinkedIn
<https://copyblogger.com/>
<https://contentmarketinginstitute.com/>

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

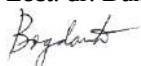
- Absolvenții masteratului vor putea valorifica aceste conținuturi în activitățile de cercetare ulterioare, în practica antreprenoriatului sau în cea de PR.

10. Evaluare

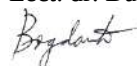
Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Parcurgerea și însușirea conținuturilor predate.	Evaluarea continuă prin metode orale.	10%
	Studiul bibliografiei și elaborarea portofoliului de fișe din studiile indicate.	Evaluarea continuă prin metode orale.	5%
10.5 Seminar/laborator	Elaborarea, în conformitate cu standardele științifice academice, a unei lucrări pe o temă propusă la sfârșitul semestrului.	Evaluarea sumativă prin probă scrisă (portofoliu)	65%
	Participarea la dezbaterile din cadrul seminariilor.	Evaluarea continuă prin metode orale.	20%
10.6 Standard minim de performanță			
Media notelor acordate la seminar să nu fie mai mică de 5.			
Media notelor acordate pentru temele de casă, portofolii, referate etc. să nu fie mai mică de 5.			
Acoperirea unui procent de 50 % din subiectul prevăzut pentru lucrarea finală.			

Data completării
20.01.2025

Semnătura titularului de curs
Lect. dr. Daniela Bogdan



Semnătura titularului de seminar
Lect. dr. Daniela Bogdan

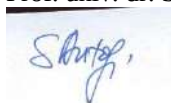


Data avizării în catedră

Semnătura șefului catedrei

30.01.2025

Prof. univ. dr. Simona Antofi



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați
1.2 Facultatea / Departamentul	Facultatea de Litere
1.3 Catedra	Departamentul de literatură, lingvistică și jurnalism
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii	Masterat
1.6 Programul de studii/Calificarea	Comunicare, media și PR

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Copywriting (CO) Sem. II						
2.2 Titularul activităților de curs	Lect. dr. Daniela Bogdan						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. dr. Daniela Bogdan						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	II	2.6 Tipul de evaluare	Examen	2.7 Regimul disciplinei	Opțional

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					35
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					25
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					40
Tutoriat					10
Examinări					9
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual		119			
3.9 Total ore pe semestru		175			
3. 10 Numărul de credite		7			

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Pentru absolvenții de Jurnalism : Parcurgerea și însușirea conținuturilor specifice disciplinei Administrație publică și mass-media
4.2 de competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	- Laborator echipat cu calculatoare și acces la Internet.
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	- Laborator echipat cu calculatoare și acces la Internet.

Competențe profesionale	CP1. Face cercetare de fond referitor la tema creației scrise. CP2. Verifică texte. CP3. Utilizează tehnici de scriere specifice. CP4. Prezintă argumente în mod convingător. CP5. Se adaptează la situațiile în schimbare. CP6. Urmează un cod de conduită etică al jurnaliștilor.
Competențe transversale	CT1. Gândește critic. CT2. Face față stresului. CT3. Soluționează probleme. CT4. Construiește spirit de echipă.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	- Însușirea conținuturilor teoretico-metodologice și critice privind domeniul - Abilitatea de a accesa, interpreta și sintetiza informații de actualitate
7.2 Obiectivele specifice	- Cunoașterea elementelor de bază privind copywritingul - Conceperea campaniilor publicitare bazate pe cei doi piloni - poziționare și gândire laterală - și generarea unor idei creative cu ajutorul tehnicilor de copywriting. - Creșterea capacității de a se folosi de tehnici utile de copywriting - Realizarea unui plan editorial de conținut: blog, social media, vlog.

8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Copywriting în sectorul comercial. Construirea credibilității unui brand prin textul publicitar. – 4 ore 2. Diferențiere și relevanță prin copywriting. Particularitățile textului axat pe generarea de vânzări pentru afacerile mici și mijlocii. – 4 ore 3. Copywriting și marketing social. Rezistența publicului la textul publicitar – 4 ore 4. Particularități ale textului care solicită sprijinul pentru o cauză socială – 4 ore 5. Copywriting în sectorul cultural. Nevoi specifice ale instituțiilor de cultură – 4 ore 6. Advertorialul ca formă de promovare. Exemple de bune practici – 4 ore 7. AI și viitorul publicității. Valoarea originalității în copywriting în era inteligenței artificiale – 4 ore	Prelegerea, conversația euristică, explicația, dezbateră, problematizarea.	
Bibliografie: Bolam, Helen, <i>The Indispensable Guide to Copywriting: How to Write Effective and Compelling Copy That Sells</i>, abebooks.co.uk, 2020. Goldenberg, Jacob/ Levav, Amnon/ Mazurski, David/ Solomon, Sorin, <i>Cracking the Ad Code</i>, Cambridge University Press, 2009 Koslow, S., Sasser, S. L., & Riordan, E. A. (2003, March). <i>What is Creative to Whom and Why?</i> Journal of Advertising Research, 43(1), 96–110. Premutico, L. “Only the Brave Will Reap the Benefits of Creativity,” Ad Age, 2019, disponibil la https://adage.com/article/opinion/only-brave-will-reap-benefits-creativity/2198811. W. Bly, Robert, <i>The Copywriter's Handbook, A Step-By-Step Guide To Writing Copy That Sells</i>, 4th Edition Macmillan, 2020. van Berlo, Z.M., Meijers, M.H., Eelen, J., Voorveld, H.A., & Eisend, M., <i>When the Medium Is the Message: A Meta-Analysis of Creative Media Advertising Effects</i>, Journal of Advertising, vol. 53, 2023, disponibil la https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/00913367.2023.2186986#d1e293 https://www.senuto.com/ro/blog/copywriting-in-social-media/#Copywriting pe Facebook Instagram Twitter si LinkedIn https://copyblogger.com/ https://contentmarketinginstitute.com/		
8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
Despre poziționare – 2 ore Tehnica PAS (Problem, Agitate, Solve) în copywriting pentru social media – 2 ore Tehnica AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) în copywriting – 2 ore Principiul KISS (Keep It Short and Simple) în crearea de conținut pentru social media – 2 ore #necesar sau #necesar? Eficiența hashtag-urilor – 2 ore CTA-urile (Call To Action) din social media – 2 ore Copywriting vizual – 2 ore Copywriting video – 2 ore Cuvinte care seduc – 2 ore WIIFM Approach: strategia 'What's in It For Me' pentru angajarea cititorului – 2 ore Plan editorial de conținut: blog, social media, vlog – 4 ore Analiză și concluzii – 4 ore	Prelegerea, conversația euristică, dezbateră, analiza de text.	

Bibliografie:

Bolam, Helen, *The Indispensable Guide to Copywriting: How to Write Effective and Compelling Copy That Sells*, abebooks.co.uk, 2020.

W. Bly, Robert, *The Copywriter's Handbook, A Step-By-Step Guide To Writing Copy That Sells*, 4th Edition Macmillan, 2020.

van Berlo, Z.M., Meijers, M.H., Eelen, J., Voorveld, H.A., & Eisend, M., *When the Medium Is the Message: A Meta-Analysis of Creative Media Advertising Effects*, Journal of Advertising, vol. 53, 2023, disponibil la <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/00913367.2023.2186986#d1e293>

[https://www.senuto.com/ro/blog/copywriting-in-social-](https://www.senuto.com/ro/blog/copywriting-in-social-media/#Copywriting%20pe%20Facebook%20Instagram%20Twitter%20si%20LinkedIn)

[media/#Copywriting pe Facebook Instagram Twitter si LinkedIn](https://www.senuto.com/ro/blog/copywriting-in-social-media/#Copywriting%20pe%20Facebook%20Instagram%20Twitter%20si%20LinkedIn)

<https://copyblogger.com/>

<https://contentmarketinginstitute.com/>

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

- Absolvenții masteratului vor putea valorifica aceste conținuturi în activitățile de cercetare ulterioare, în practica antreprenoriatului sau în cea de PR.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Parcurgerea și însușirea conținuturilor predate.	Evaluarea continuă prin metode orale.	10%
	Studiul bibliografiei și elaborarea portofoliului de fișe din studiile indicate.	Evaluarea continuă prin metode orale.	5%
10.5 Seminar/laborator	Elaborarea, în conformitate cu standardele științifice academice, a unei lucrări pe o temă propusă la sfârșitul semestrului.	Evaluarea sumativă prin probă scrisă (portofoliu)	65%
	Participarea la dezbaterile din cadrul seminariilor.	Evaluarea continuă prin metode orale.	20%
10.6 Standard minim de performanță			
Media notelor acordate la seminar să nu fie mai mică de 5.			
Media notelor acordate pentru temele de casă, portofolii, referate etc. să nu fie mai mică de 5.			
Acoperirea unui procent de 50 % din subiectul prevăzut pentru lucrarea finală.			

Data completării
20.01.2025

Semnătura titularului de curs
Lect. dr. Daniela Bogdan



Semnătura titularului de seminar
Lect. dr. Daniela Bogdan

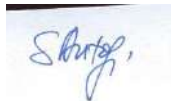


Data avizării în catedră

30.01.2025

Semnătura șefului catedrei

Prof. univ. dr. Simona Antofi



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați
1.2 Facultatea / Departamentul	Facultatea de Litere
1.3 Catedra	Departamentul de literatură, lingvistică și jurnalism
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii	Masterat
1.6 Programul de studii/Calificarea	Comunicare, media și PR

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Sciere Creativă (CO) – sem I						
2.2 Titularul activităților de curs	Lect. dr. Marius Țuca						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. dr. Marius Țuca						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	1	2.6 Tipul de evaluare	V	2.7 Regimul disciplinei	Opt.

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					15
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					25
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					30
Tutoriat					10
Examinări					3
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual		83			
3.9 Total ore pe semestru		125			
3.10 Numărul de credite		5			

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	-Pentru absolvenții de Jurnalism : Parcurgerea și însușirea conținuturilor specifice disciplinei Tehnici de redactare
4.2 de competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	- sală de curs, videoproiector, tablă smart, laptop, conexiune la internet, software necesare prezentărilor (powerpoint, pdf) - cursul va fi completat cu activități individuale pe baza suportului/notițelor de curs și a materialelor bibliografice
5.2. de desfășurare a seminarului	- sala de seminar, videoproiector, laptop, conexiune la internet, software necesare prezentărilor, planșe, fișe de lucru, instrumente online specializate (canva, kahoot) - activitățile de seminar se desfășoară pe baza bibliografiei și surselor online indicate. Sarcinile de lucru se rezolvă în echipe de lucru și individual, sub coordonarea cadrului didactic și a managerilor de proiect desemnați din rândul studenților

6. Competențele specifice acumulate

conform ECSO, disponibile aici: <https://www.anc.edu.ro/competente/>

Competențe profesionale	CP1. Face cercetare de fond referitor la tema creației scrise. CP2. Examinează critic procesele de producție artistică. CP3. Se adaptează în funcție de tipul de mass-media. CP4. Urmează un cod de conduită etică al jurnaliștilor. CP5. Editează imagini animate digitale. CP6. Se adaptează la situațiile în schimbare. CP7. Creează conținut de știri pentru mediul online
Competențe transversale	Ct1. Gândește critic. CT2. Face față stresului. Ct3. Soluționează probleme. CT4. Construiește spirit de echipă.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Disciplina Scriere creativă are ca obiectiv principal dezvoltarea competențelor de expresie scrisă ale studenților prin explorarea și aplicarea tehnicilor narative, stilistice și argumentative specifice diferitelor tipuri de texte. Cursul urmărește stimularea creativității și a gândirii critice, oferind instrumente practice pentru redactarea de conținut original, coerent și captivant, adecvat domeniului comunicării. Prin exerciții aplicative și analiză de text, studenții își vor îmbunătăți abilitatea de a construi mesaje persuasive și adaptate diverselor audiențe, esențiale în mediul profesional contemporan.
7.2 Obiectivele specifice	Obiective cognitive - Identificarea și sintetizarea surselor relevante pentru documentarea temelor de scriere creativă, utilizând metode specifice de cercetare. - Analizarea comparativă a strategiilor narative și stilistice utilizate în diferite forme de scriere creativă și jurnalistică. - Evaluarea cerințelor specifice fiecărui canal de comunicare și aplicarea principiilor adecvate de redactare. - Explicarea și aplicarea normelor deontologice în redactarea de conținut creativ și jurnalistic, respectând principiile veridicității și imparțialității. - Antrenarea flexibilității cognitive prin ajustarea stilului și tonului scriiturii în funcție de context, public și obiectivele comunicării. - Utilizarea tehnicilor de redactare digitală pentru a produce texte clare, concise și optimizate pentru vizibilitatea online (SEO, multimedia, hipertextualitate). Obiective procedurale - Aplicarea tehnicilor narative și stilistice în redactarea diverselor tipuri de texte creative și jurnalistice, adaptate publicului și contextului. - Elaborarea de materiale scrise originale (articol, eseu, povestire, scenariu etc.), utilizând structuri coerente, un stil adecvat și un mesaj clar. - Revizuirea și editarea critică a unor texte prin identificarea și corectarea erorilor de logică, structură, stil și gramatică, conform principiilor scrierii profesioniste. - Utilizarea resurselor digitale și a tehnicilor de optimizare (SEO, hipertextualitate, multimedia) pentru redactarea de conținut creativ destinat mediului online. Obiective atitudinale - Dezvoltarea unei atitudini reflexive și critice față de propriile texte și cele ale altora, prin analiza constructivă și receptivitatea la feedback. - Cultivarea eticii și responsabilității profesionale în procesul de scriere, respectând normele deontologice și evitând plagiatul sau dezinformarea.

	• Încurajarea creativității și originalității prin explorarea unor stiluri și perspective diverse, asumând riscuri artistice și experimentând cu tehnicile narative. • Menținerea unei adaptabilități și deschideri către învățare continuă, acceptând provocările scrisului și ajustându-se la cerințele dinamice ale industriei media și literare.
--	---

8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Introducere în scrierea creativă. Definirea conceptului, importanța creativității în scriere, diferențe între diverse tipuri de texte (literare, jurnalistice, publicitare).	prelegerea, conversația euristică,	2h
2. Tehnici narative și structura unui text. Elemente esențiale ale construcției narative: intrigă, personaje, perspectivă narativă, ritm și stil.	dezbateră, explicația,	2h
3. Stil și expresivitate în scrierea creativă. Identificarea și aplicarea strategiilor stilistice pentru a obține un text expresiv și captivant.	observația; prezentări în	2h
4. Etica în scrierea creativă și jurnalistică. Coduri deontologice, evitarea plagiatului, responsabilitatea scriitorului față de public.	power-point pentru stimularea	2h
5. Adaptarea conținutului la tipurile de mass-media. Specificul scrierii pentru presa scrisă, televiziune, radio și mediul online.	exercițiului reflexiv	2h
6. Scrierea creativă în mediul digital. SEO, hipertextualitate, storytelling digital, integrarea elementelor multimedia.		2h
7. Revizuirea și editarea textului. Tehnici de îmbunătățire a unui text, autocritica și receptivitatea la feedback.		2h
8. Construirea personajelor și a dialogului. Tehnici de creare a personajelor credibile, dezvoltarea vocii narative și scrierea unui dialog autentic.		2h
9. Scrierea descriptivă și evocarea atmosferei. Utilizarea detaliilor senzoriale și a tehnicilor de descriere pentru a crea imagini vii și atmosferă în text.		2h
10. Scrierea creativă aplicată în publicitate și copywriting. Principii ale scrierii persuasive, storytelling-ul în marketing și branding-ul prin text.		2h
11. Poetica și experimentul în scrierea creativă. Explorarea tehnicilor poetice, jocul cu limbajul și structurile inovatoare în text.		2h
12. Scenariul pentru film, teatru și media digitală. Structura scenariilor, elementele cheie ale scrierii pentru producții vizuale și interactive.		2h
13. Scrierea autobiografică și jurnalul personal. Autenticitatea în scrierea autobiografică, tehnici de redare a experiențelor personale în mod captivant.		2h
14. Publicarea și promovarea unui text creativ. Strategii de trimitere a manuscriselor, colaborarea cu edituri și platforme digitale, auto-publicarea și promovarea scriitorului.		2h
Bibliografie: Anderson, Chris, <i>TED Talks. Ghidul oficial TED pentru vorbit în public</i> , Editura Publica, București, 2016. Brown, Brené, <i>Curajul de a fi vulnerabil</i> , Editura Curtea Veche, București, 2013. Carnegie, Dale, <i>Secretele succesului. Cum să vă faceți prieteni și să deveniți influent</i> , Editura Curtea Veche, București, 2010. De Bono, Edward, <i>Șase pălării gânditoare</i> , Editura Trei, București, 2013. Dutton, Kevin, <i>Arta manipulării</i> , Editura Globo, București, 2019 Goleman, Daniel, <i>Inteligența emoțională</i> , Editura Curtea Veche, București, 2008. Goleman, Daniel, <i>Spiritul creativ</i> , Editura Curtea Veche, București, 2011. Gladwell, Malcolm, <i>Excepționalii. Povestea succesului</i> , Editura Publica, București, 2009. Heath, Chip și Heath, Dan, <i>Idei cu impact garantat</i> , Editura Curtea Veche, București, 2008. Kahneman, Daniel, <i>Gândire rapidă, gândire lentă</i> , Editura Publica, București, 2012. Lamott, Anne, <i>Bird by Bird: Some Instructions on Writing and Life</i> , Anchor Books, New York, 1995. Pink, Daniel H., <i>A vinde e omenește</i> , Editura Publica, București, 2013.		

Pressfield, Steven, <i>Războiul artei</i> , Editura Paralela 45, Pitești, 2014. Rosenberg, Marshall B., <i>Comunicarea nonviolentă</i> , Editura Ponte, Iași, 2012. Sălcudean, Ileana Nicoleta și Stănescu, Emma Teodora, <i>Manual de scriere creativă</i> , Editura Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca, 2014. Thompson, George J., <i>Verbal Judo: Artă blândă a persuasiunii</i> , Editura Amaltea, București, 2004.		
8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Introducere în scrierea creativă. Definirea conceptului, importanța creativității în scriere, diferențe între diverse tipuri de texte (literare, jurnalistice, publicitare).	conversația euristică, explicația, exercițiul,	2h
2. Tehnici narrative și structura unui text. Elemente esențiale ale construcției narrative: intrigă, personaje, perspectivă narativă, ritm și stil.	observația, munca independentă,	2h
3. Stil și expresivitate în scrierea creativă. Identificarea și aplicarea strategiilor stilistice pentru a obține un text expresiv și captivant.	activitate pe grupe, problematizarea;	2h
4. Etica în scrierea creativă și jurnalistică. Coduri deontologice, evitarea plagiatului, responsabilitatea scriitorului față de public.	investigația; referatul; proiectul;	2h
5. Adaptarea conținutului la tipurile de mass-media. Specificul scrierii pentru presa scrisă, televiziune, radio și mediul online.	portofoliul; autoevaluarea	2h
6. Scrierea creativă în mediul digital. SEO, hipertextualitate, storytelling digital, integrarea elementelor multimedia.		2h
7. Revizuirea și editarea textului. Tehnici de îmbunătățire a unui text, autocritica și receptivitatea la feedback.		2h
Bibliografie Anderson, Chris, <i>TED Talks. Ghidul oficial TED pentru vorbit în public</i> , Editura Publica, București, 2016. Brown, Brené, <i>Curajul de a fi vulnerabil</i> , Editura Curtea Veche, București, 2013. Carnegie, Dale, <i>Secretele succesului. Cum să vă faceți prieteni și să deveniți influent</i> , Editura Curtea Veche, București, 2010. De Bono, Edward, <i>Șase pălării gânditoare</i> , Editura Trei, București, 2013. Dutton, Kevin, <i>Artă manipulării</i> , Editura Globo, București, 2019 Goleman, Daniel, <i>Inteligența emoțională</i> , Editura Curtea Veche, București, 2008. Goleman, Daniel, <i>Spiritul creativ</i> , Editura Curtea Veche, București, 2011. Gladwell, Malcolm, <i>Exceptionalii. Povestea succesului</i> , Editura Publica, București, 2009. Heath, Chip și Heath, Dan, <i>Idei cu impact garantat</i> , Editura Curtea Veche, București, 2008. Kahneman, Daniel, <i>Gândire rapidă, gândire lentă</i> , Editura Publica, București, 2012. Lamott, Anne, <i>Bird by Bird: Some Instructions on Writing and Life</i> , Anchor Books, New York, 1995. Pink, Daniel H., <i>A vinde e omeneste</i> , Editura Publica, București, 2013. Pressfield, Steven, <i>Războiul artei</i> , Editura Paralela 45, Pitești, 2014. Rosenberg, Marshall B., <i>Comunicarea nonviolentă</i> , Editura Ponte, Iași, 2012. Sălcudean, Ileana Nicoleta și Stănescu, Emma Teodora, <i>Manual de scriere creativă</i> , Editura Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca, 2014. Thompson, George J., <i>Verbal Judo: Artă blândă a persuasiunii</i> , Editura Amaltea, București, 2004.		

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

- Conținuturile disciplinei sunt aliniate cu cele din programele similare oferite de alte centre universitare din România. Absolvenții acestui curs pot aplica cunoștințele dobândite în activitățile profesionale și de cercetare ulterioare, în dezvoltarea proiectelor individuale sau în cadrul activităților desfășurate în echipă.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
----------------	---------------------------	-------------------------	------------------------------

10.4 Curs	- Capacitate de sinteză și prelucrare a informațiilor; Capacitate de definire de concepte, de demonstrație etc.	- evaluarea finală (examen)	minimum 50%
10.5 Seminar/laborator	- Însușirea și înțelegerea cunoștințelor prezentate în curs. Capacitatea de a pune în practică corect metodele, conceptele și noțiunile - Rezolvarea corectă și completă a temelor propuse; demonstrarea capacității de a explica și de a interpreta conținuturile teoretice pe de o parte și, de cealaltă parte de a pune în practică noile informații.	- studii de caz, portofolii, referate, comentarii și rezumate; discuții pe teme legate de noțiunile studiate	maximum 50%
	- Manifestări atitudinale	- Participare activă, conștiinciozitate, interes pentru studiul individual și în grup	
10.6 Standard minim de performanță			
• însușirea noțiunilor de bază ale disciplinei • utilizarea parțial adecvată a terminologiei și a conceptelor asociate disciplinei • elaborarea unui proiect de specialitate sau cel puțin a unei părți a unui asemenea proiect, aplicând atât cunoștințe, teorii și metode de analiză proprii disciplinei, cât și norme și principii de etică profesională.			

Data completării:

20.01.2025

Semnătura titularului de curs:

Lect. dr. Marius Țuca



Semnătura titularului de seminar:

Lect. dr. Marius Țuca



Data avizării în catedră:

30.01.2025

Semnătură șef catedră:

Prof. univ. dr. Simona Antofi



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați
1.2 Facultatea / Departamentul	Facultatea de Litere
1.3 Catedra	Departamentul de literatură, lingvistică și jurnalism
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii	Masterat
1.6 Programul de studii/Calificarea	Comunicare, media și PR

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Visual storytelling (CO) – sem II						
2.2 Titularul activităților de curs	Lect. dr. Marius Țuca						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. dr. Marius Țuca						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	2	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	Opt.

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					35
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					30
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					45
Tutoriat					5
Examinări					4
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual		119			
3.9 Total ore pe semestru		175			
3.10 Numărul de credite		7			

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	-Pentru absolvenții de Jurnalism : Parcurgerea și însușirea conținuturilor specifice disciplinei Tehnici de redactare
4.2 de competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	- sală de curs, videoproiector, tablă smart, laptop, conexiune la internet, software necesare prezentărilor (powerpoint, pdf) - cursul va fi completat cu activități individuale pe baza suportului/notițelor de curs și a materialelor bibliografice
5.2. de desfășurare a seminarului	- sala de seminar, videoproiector, laptop, conexiune la internet, software necesare prezentărilor, planșe, fișe de lucru, instrumente online specializate (canva, kahoot) - activitățile de seminar se desfășoară pe baza bibliografiei și surselor online indicate. Sarcinile de lucru se rezolvă în echipe de lucru și individual, sub coordonarea cadrului didactic și a managerilor de proiect desemnați din rândul studenților

6. Competențele specifice acumulate

conform ECSO, disponibile aici: <https://www.anc.edu.ro/competente/>

Competențe profesionale	CP1. Face cercetare de fond referitor la tema creației scrise. CP2. Examinează critic procesele de producție artistică. CP3. Se adaptează în funcție de tipul de mass-media. CP4. Urmează un cod de conduită etică al jurnaliștilor. CP5. Editează imagini animate digitale. CP6. Se adaptează la situațiile în schimbare. CP7. Creează conținut de știri pentru mediul online.
Competențe transversale	CT1. Gândește critic. CT2. Face față stresului. CT3. Soluționează probleme. CT4. Construiește spirit de echipă.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Obiectivul general al disciplinei Visual Storytelling este de a dezvolta competențele studenților în utilizarea imaginilor, videoclipurilor și graficii digitale pentru a crea povești jurnalistice captivante și relevante. Cursul explorează tehnici narative vizuale, principiile designului și impactul emoțional al imaginilor în mass-media, oferindu-le viitorilor jurnaliști instrumentele necesare pentru a comunica eficient în peisajul mediatic contemporan, aflat într-o continuă schimbare și adaptare la noile paradigme tehnologice.
7.2 Obiectivele specifice	Obiective cognitive • Identificarea și selectarea surselor credibile pentru documentarea temei unei creații vizuale în jurnalism. • Dezvoltarea capacității de a analiza critic etapele și tehnicile adecvate în realizarea materialelor vizuale jurnalistice. • Identificarea și explicarea particularităților narative și tehnice ale storytelling-ului vizual în presa scrisă, televiziune și mediul digital. • Analizarea și aplicarea standardelor etice în realizarea și distribuirea conținutului vizual. • Utilizarea de software specializat pentru prelucrarea și animarea imaginilor în scop jurnalist. • Dezvoltarea abilității de a ajusta strategiile narative vizuale în funcție de dinamica evenimentelor și de feedback-ul publicului. • Crearea și optimizarea materialelor jurnalistice vizuale pentru platformele digitale, utilizând tehnici de engagement și storytelling interactiv. Obiective procedurale • Colectarea, selectarea și organizarea materialelor vizuale relevante pentru dezvoltarea unui proiect jurnalist. • Manipularea imaginilor și videoclipurilor prin softuri specifice (Adobe Photoshop, Premiere Pro, After Effects etc.) pentru îmbunătățirea calității vizuale a conținutului jurnalist. • Crearea de materiale vizuale structurate narativ, utilizând compoziția, culoarea, lumina și elementele grafice pentru transmiterea eficientă a unui mesaj jurnalist. • Optimizarea materialelor vizuale pentru diverse medii (social media, site-uri de știri, televiziune), în concordanță cu specificul fiecărei platforme. Obiective atitudinale • Analizarea și evaluarea obiectivă a impactului imaginilor și videoclipurilor în jurnalism, evitând manipularea sau dezinformarea.

	• Adoptarea unei conduite profesionale bazate pe onestitate, responsabilitate și respect față de subiecții materialelor vizuale și public. • Adaptarea la schimbările din peisajul media și ajustarea strategiilor vizuale în funcție de noile tendințe și tehnologii.
--	---

8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Explorarea perspectivelor narative multiple. Analiza diferitelor voci narative și integrarea lor eficientă într-un text creativ.	prelegerea, conversația	2h
2. Intertextualitate și dialogul între texte. Studierea relațiilor dintre opere literare și modul în care acestea pot inspira creația scrisă.	euristică, dezbaterea,	2h
3. Adaptarea stilului la audiențe diverse. Dezvoltarea abilităților de ajustare a limbajului și tonului în funcție de publicul țintă.	explicația, observația;	2h
4. Explorarea și combinarea genurilor literare. Experimentarea cu fuziunea și hibridizarea genurilor pentru a obține forme noi de expresie.	prezentări în power-point pentru stimularea	2h
5. Storytelling digital și multimedia. Integrarea elementelor vizuale, audio și interactive în narativele digitale.	exercițiului reflexiv	2h
6. Adaptarea textelor literare în scenarii vizuale. Transformarea unui text narativ într-un format scenaristic pentru film sau teatru.		2h
7. Scriere colaborativă și editarea în echipă. Exersarea proceselor de colaborare și de editare colectivă pentru îmbunătățirea textelor.		2h
8. Tehnici avansate de revizuire și feedback. Metode sistematice pentru perfecționarea și rafinarea operelor scrise.		2h
9. Forme narative experimentale. Explorarea structurilor neconvenționale și a inovațiilor formale în scrierea creativă.		2h
10. Integrarea cercetării în procesul creativ. Folosirea cercetării documentare pentru a îmbogăți conținutul și contextul unei opere.		2h
11. Scrierea memoriilor și a narativelor personale. Tehnici de redare a experiențelor individuale într-un mod literar și captivant.		2h
12. Retorică și stil în scrierea creativă. Exersarea argumentării și persuasiunii prin intermediul unor tehnici stilistice rafinate.		2h
13. Reinterpretarea textelor clasice. Abordări moderne pentru reimaginare operelor literare tradiționale.		2h
14. Estetica literară: Teorie și practică. Discuții teoretice și exerciții practice privind criteriile estetice în creația scrisă.		2h
Bibliografie: Anderson, Chris, <i>TED Talks. Ghidul oficial TED pentru vorbit în public</i> , Editura Publica, București, 2016. Brown, Brené, <i>Curajul de a fi vulnerabil</i> , Editura Curtea Veche, București, 2013. Carnegie, Dale, <i>Secretele succesului. Cum să vă faceți prieteni și să deveniți influent</i> , Editura Curtea Veche, București, 2010. De Bono, Edward, <i>Șase pălării gânditoare</i> , Editura Trei, București, 2013. Dutton, Kevin, <i>Arta manipulării</i> , Editura Globo, București, 2019 Goleman, Daniel, <i>Inteligența emoțională</i> , Editura Curtea Veche, București, 2008. Goleman, Daniel, <i>Spiritul creativ</i> , Editura Curtea Veche, București, 2011. Gladwell, Malcolm, <i>Exceptionalii. Povestea succesului</i> , Editura Publica, București, 2009. Heath, Chip și Heath, Dan, <i>Idei cu impact garantat</i> , Editura Curtea Veche, București, 2008. Kahneman, Daniel, <i>Gândire rapidă, gândire lentă</i> , Editura Publica, București, 2012. Lamott, Anne, <i>Bird by Bird: Some Instructions on Writing and Life</i> , Anchor Books, New York, 1995. Pink, Daniel H., <i>A vinde e omeneste</i> , Editura Publica, București, 2013. Pressfield, Steven, <i>Războiul artei</i> , Editura Paralela 45, Pitești, 2014. Rosenberg, Marshall B., <i>Comunicarea nonviolentă</i> , Editura Ponte, Iași, 2012. Sălcudean, Ileana Nicoleta și Stănescu, Emma Teodora, <i>Manual de scriere creativă</i> , Editura Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca, 2014.		

Thompson, George J., <i>Verbal Judo: Artă blândă a persuasiunii</i> , Editura Amaltea, București, 2004.		
8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Atelier de creare a personajelor complexe. Exerciții practice pentru dezvoltarea unor personaje profunde și credibile.	conversația euristică,	2h
2. Dezvoltarea dialogului realist. Sesiuni de scriere focalizate pe realizarea unui dialog natural și autentic.	explicația, exercițiul,	2h
3. Experimentarea cu structuri narative neconvenționale. Ateliere interactive pentru aplicarea formelor non-liniare în narațiuni.	observația, munca independentă,	2h
4. Scrierea descriptivă: evocarea simțurilor. Exerciții de redare a detaliilor senzoriale și crearea unei atmosfere vii în text.	activitate pe grupe, problematizarea;	2h
5. Intertextualitate și influențe literare. Discuții și analize privind referințele între texte și impactul lor asupra creației literare.	investigația; referatul; proiectul;	2h
6. Atelier de scriere colaborativă. Activități de grup ce stimulează creativitatea prin colaborare și schimb de feedback.	portofoliul; autoevaluarea	2h
7. Adaptarea unui text în scenariu. Exercițiu practic de transformare a unui text literar într-un format de scenariu pentru producții vizuale.		2h
8. Tehnici de rewriting și editare. Sesiuni practice de rescriere și perfecționare a textelor pe baza feedback-ului constructiv.		2h
9. Experimentarea cu diverse genuri literare. Ateliere tematice în care studenții explorează scrierea în multiple stiluri și genuri.		2h
10. Scrierea creativă pentru campanii de comunicare. Exerciții care combină tehnici de scriere creativă cu strategii de marketing și comunicare.		2h
11. Analiza critică a literaturii contemporane. Grupuri de discuție și analiză asupra textelor literare actuale pentru identificarea tendințelor.		2h
12. Tehnici de brainstorming și generare de idei. Sesiuni interactive pentru stimularea creativității și dezvoltarea rapidă a ideilor originale.		2h
13. Jocuri literare și improvizație scrisă. Exerciții ludice menite să dezvolte spontaneitatea și originalitatea în scris.		2h
14. Studiu de caz: Publicarea și promovarea online. Discuții și prezentări de strategii de publicare și promovare în mediul digital, prin analiza unor cazuri concrete.		2h
Bibliografie Anderson, Chris, <i>TED Talks. Ghidul oficial TED pentru vorbit în public</i> , Editura Publica, București, 2016. Brown, Brené, <i>Curajul de a fi vulnerabil</i> , Editura Curtea Veche, București, 2013. Carnegie, Dale, <i>Secretele succesului. Cum să vă faceți prieteni și să deveniți influent</i> , Editura Curtea Veche, București, 2010. De Bono, Edward, <i>Șase pălării gânditoare</i> , Editura Trei, București, 2013. Dutton, Kevin, <i>Artă manipulării</i> , Editura Globo, București, 2019 Goleman, Daniel, <i>Inteligența emoțională</i> , Editura Curtea Veche, București, 2008. Goleman, Daniel, <i>Spiritul creativ</i> , Editura Curtea Veche, București, 2011. Gladwell, Malcolm, <i>Excepționalii. Povestea succesului</i> , Editura Publica, București, 2009. Heath, Chip și Heath, Dan, <i>Idei cu impact garantat</i> , Editura Curtea Veche, București, 2008. Kahneman, Daniel, <i>Gândire rapidă, gândire lentă</i> , Editura Publica, București, 2012. Lamott, Anne, <i>Bird by Bird: Some Instructions on Writing and Life</i> , Anchor Books, New York, 1995. Pink, Daniel H., <i>A vinde e omeneste</i> , Editura Publica, București, 2013. Pressfield, Steven, <i>Războiul artei</i> , Editura Paralela 45, Pitești, 2014. Rosenberg, Marshall B., <i>Comunicarea nonviolentă</i> , Editura Ponte, Iași, 2012. Sălcudean, Ileana Nicoleta și Stănescu, Emma Teodora, <i>Manual de scriere creativă</i> , Editura Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca, 2014. Thompson, George J., <i>Verbal Judo: Artă blândă a persuasiunii</i> , Editura Amaltea, București, 2004.		

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

- Conținuturile disciplinei sunt aliniate cu cele din programele similare oferite de alte centre universitare din România. Absolvenții acestui curs pot aplica cunoștințele dobândite în activitățile profesionale și de cercetare ulterioare, în dezvoltarea proiectelor individuale sau în cadrul activităților desfășurate în echipă.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- Capacitate de sinteză și prelucrare a informațiilor; Capacitate de definire de concepte, de demonstrație etc.	- evaluarea finală (examen)	minimum 50%
10.5 Seminar/laborator	- Însușirea și înțelegerea cunoștințelor prezentate în curs. Capacitatea de a pune în practică corect metodele, conceptele și noțiunile - Rezolvarea corectă și completă a temelor propuse; demonstrarea capacității de a explica și de a interpreta conținuturile teoretice pe de o parte și, de cealaltă parte de a pune în practică noile informații.	- studii de caz, portofolii, referate, comentarii și rezumate; discuții pe teme legate de noțiunile studiate	maximum 50%
	- Manifestări atitudinale	- Participare activă, conștiinciozitate, interes pentru studiul individual și în grup	
10.6 Standard minim de performanță			
• însușirea noțiunilor de bază ale disciplinei • utilizarea parțial adecvată a terminologiei și a conceptelor asociate disciplinei • elaborarea unui proiect de specialitate sau cel puțin a unei părți a unui asemenea proiect, aplicând atât cunoștințe, teorii și metode de analiză proprii disciplinei, cât și norme și principii de etică profesională.			

Data completării:

20.01.2025

Semnătura titularului de curs:

Lect. dr. Marius Țuca



Semnătura titularului de seminar:

Lect. dr. Marius Țuca



Data avizării în catedră:

30.01.2025

Semnătură șef catedră:

Prof. univ. dr. Simona Antofi

