**FIŞA DISCIPLINEI**

# 1. Date despre program

|  |  |
| --- | --- |
| 1.1 Instituţia de învăţământ superior | Universitatea de Vest din Timișoara |
| 1.2 Facultatea | PFC |
| 1.3 Departamentul | Filosofie și Științe ale Comunicării |
| 1.4 Domeniul de studii | Științele Comunicării |
| 1.5 Ciclul de studii | Licență |
| 1.6 Programul de studii / Calificarea | Publicitate/COR Comentator publicist - 264201; Corector (studii superioare) – 264202; Corespondent special (tara si strainatate) - 264203; Comentator radio – 264204; Corespondent presă – 204205; Critic de artă – 204206; Editorialist - 264207; Fotoreporter - 264208; Lector presă/editură – 264209; Publicist comentator - 264210; Redactor – 264211; Reporter (studii superioare) – 264212; Reporter operator - 264213; Secretar de emisie (studii superioare) - 264214; Secretar de redacţie (studii superioare) - 264215; Secretar responsabil de agenţie - 264216; Şef agenţie publicitate – 264217; Tehnoredactor - 264218; Ziarist – 264219; Critic literar – 264220; Critic muzical – 264221; Comentator radio TV - 264222; Redactor rubrica - 264223; Jurnalist TV (studii medii) – 264224; Jurnalist TV (studii superioare) – 264225; Jurnalist TV senior – 264226 |

# 2. Date despre disciplină

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 2.1 Denumirea disciplinei | | | Elaborarea unui produs de relații publice cu ajutorul mijloacelor audio-video | | |  |  |  |
| 2.2 Titularul activităţilor de curs | | | Lect. Dr. Anamaria Filimon-Benea | | |  |  |  |
| 2.3 Titularul activităţilor de seminar | | | Asist. Dr. Corina Sîrb | | |  |  |  |
| 2.4 Anul de studiu | 2 | 2.5 Semestrul |  | 2 | 2.6 Tipul de evaluare | E | 2.7 Regimul disciplinei | O |

\* E = examen; C = colocviu, V = verificare.

\*\* OB = obligatorie; F = facultativă; O = opțională; T = transversală

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

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 3.1 Număr de ore pe săptămână | | 3 | | din care: 3.2 curs |  | 3.3 seminar/laborator | 1 |
| 3.4 Total ore din planul de învăţământ | | 42 | | din care: 3.5 curs | 28 | 3.6 seminar/laborator | 14 |
| **Distribuţia fondului de timp:** | | | | | | | **ore** |
| Studiul după manual, suport de curs, bibliografie şi notiţe | | | | | | | 20 |
| Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate / pe teren | | | | | | | 14 |
| Pregătire seminarii / laboratoare, teme, referate, portofolii şi eseuri | | | | | | | 24 |
| Tutoriat | | | | | | |  |
| Examinări | | | | | | |  |
| **3.7 Total ore studiu individual** | 58 | |
| **3.8 Total ore pe semestru** | 100 | |
| **3.9 Numărul de credite** | 4 | |

# 4. Precondiţii (acolo unde este cazul)

|  |  |
| --- | --- |
| 4.1 de curriculum | Cunoștințe asociate disciplinelor: Introducere în relații publice, Campania de relații publice, Jurnalism TV, Jurnalism online, Jurnalism Radio |
| 4.2 de competenţe | Utilizarea conceptelor și principiilor fundamentale specifice relațiilor publice  Aplicarea fundamentelor științelor comunicării |

# 5. Condiţii (acolo unde este cazul)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 5.1 de desfăşurare a cursului |  | Sală cu calculatoare, proiector, laptop, internet, tablă |
|  |  |  |
| 5.2 de desfăşurare a seminarului/laboratorului |  | Sală de seminar, proiector, laptop, internet, tablă. |
|  |  | Managementul Grupului: telefoanele mobile pe modul silent; Se face prezența la începutul fiecărui seminar. Bibliografia de seminar va fi împărțită între studenți spre lectură pentru fiecare seminar în parte. |

# 6. Competenţele specifice acumulate

|  |  |
| --- | --- |
| Competenţe  profesionale | * Identificarea si utilizarea limbajului, metodologiilor şi cunoştintelor de specialitate din domeniul ştiinţelor comunicării * Utilizarea noilor tehnologii de informare şi comunicare (NTIC) * Valorificarea cunoştinţelor teoretice şi metodologice în vederea producţiei unui produs multimedia (respectând caracteristicile canalului de transmitere) |
| Competenţe  transversale | * Preocuparea pentru perfecţionarea profesională prin antrenarea abilităţilor creative; * Implicarea în activităţi ştiinţifice, cum ar fi elaborarea unor articole şi studii de specialitate; * Participarea la proiecte, compatibile cu cerinţele integrării în instituţile de presă * Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice * Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserţiei şi a adaptării la cerinţele pieţei muncii |

1. **Obiectivele disciplinei (reieşind din grila competenţelor specifice acumulate)**

|  |  |
| --- | --- |
| 7.1 Obiectivul general al disciplinei | * Înțelegerea formatelor specifice mediului digital și dobândirea abilității de a crea conținuturi pentru mediul online * 7.2 Obiectivele specifice      * Utilizarea noțiunilor teoretice în studiul şi analiza unor cazuri practice |
| 7.2 Obiectivele specifice | 1. obiective de cunoaștere (O.c.); 2. obiective de abilitare (O.ab.) și 3. obiective atitudinale (O.at.).  **1.O.c. Cunoaştere** (cunoaşterea şi utilizarea adecvată a noţiunilor specifice disciplinei)  O. c. 1 • Înţelegerea conceptelor de bază referitoare la World Wide Web  O. c. 2 • Înţelegerea mediului digital online  O. c. 3 • Înţelegerea serviciilor de agregare, publicare și distribuire de conținuturi în mediul online |
| **2. O.ab. Abilități** (proiectarea, conducerea şi evaluarea activităţilor practice specifice; utilizarea unor metode, tehnici şi instrumente de investigare şi de aplicare)   * O.ab.1 familiarizarea studenţilor cu termenii specifici mediului online (de la documentarea în redacţie, pe calculator – aspecte deontologice, până la documentarea pe teren, selecţia şi abordarea surselor) în vederea realizării unui material jurnalistic online * O.ab.2 Utilizarea noțiunilor teoretice în studiul şi analiza unor cazuri practice |
|  | **3. O. At. Atitudini** (manifestarea unei atitudini pozitive şi responsabile faţă de domeniul ştiinţific / cultivarea unui mediu ştiinţific centrat pe valori şi relaţii democratice/ promovarea unui sistem de valori culturale, morale şi civice / valorificarea optimă şi creativă a propriului potenţial în activităţile ştiinţifice / implicarea în dezvoltarea instituţională şi în promovarea inovaţiilor ştiinţifice / angajarea în relaţii de parteneriat cu alte persoane-instituţii cu responsabilităţi similare / participarea la propria dezvoltare profesională)   * O.at.1. Înţelegerea şi aplicarea tehnicilor de redactare a materialelor de relatii publice cu ajutorul mijloacelor audio-video O.at.2. Să explice relevanța disciplinei în contextul profilului specializării |

1. **Conţinuturi**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **8.1 Curs** | **Metode de predare** | **Observaţii** |
| 1. Imaginea și capcanele ei | Explicație  Aplicație practică  Discuție |  |
| 1. Conținuturi multimedia | Explicație  Aplicație practică  Discuție |  |
| 1. Combinația mesaj video – mesaj audio | Explicație  Aplicație practică  Discuție |  |
| 1. Dimensionarea unui produs audio-video | Explicație  Aplicație practică  Discuție |  |
| 1. Suportul sonor al unui produs de PR audio-video | Explicație  Aplicație practică  Discuție |  |
| 1. Producția video | Explicație  Aplicație practică  Discuție |  |
| 1. Postproducția video | Explicație  Aplicație practică  Discuție |  |
| 1. Web TV – mijloc de comunicare internă I | Explicație  Aplicație practică  Discuție |  |
| 1. Web TV – mijloc de comunicare internă II | Explicație  Aplicație practică  Discuție |  |
| 1. Storyboard-ul | Explicație  Aplicație practică  Discuție |  |
| 1. Analiza unor produse de relații publice audio-video | Explicație  Aplicație practică  Discuție |  |
| 1. Infografice și elemente interactive | Explicație  Aplicație practică  Discuție |  |
| 13.Formate experimentale | Explicație  Aplicație practică  Discuție |  |
| 14. Fenomenul Youtube | Explicație  Aplicație practică  Discuție |  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Bibliografie**  Cmeciu, Camelia, Tendințe actuale în campaniile de relații publice, Iași, Editura Polirom, 2013  Coman, Cristina, Relațiile publice și mass-media, Iași, Editura Polirom, 2004 Dagenais, Bernard, Campania de relații publice, Iași, Editura Polirom, 2003 David, George, Mircea, Dan, Partea plină a paharului. O introducere în tehnicile și campaniile de relații publice, Iași, Editura Lumen, 2015 Doug, Newsom, VanSlyke Turk, Judy, Kruckeberg, Dean, Totul despre relații publice, Iași, Editura Polirom, 2010  Drugă, Ovidiu şi Dr. Murgu, Horea, Elemente de gramatică a limbajului vizual, Ed. Fundaţiei PRO, Bucureşti, 2002.  Jonathan Bignell, Jeremy Orlebar, Manual practic de televiziune, Ed. Polirom, Iaşi, 2009  Ionică, Lucian, Dicţionar de televiziune, Ed. Tritonic, Bucureşti, 2005 Rosenthal, Alan, Writing. Directing and Producing Documentary Films and Videos, Southern Illinois University Press, 2002  Rus, Călin Flaviu, Campanii și strategii de PR, Iași, Institutul European, 2008Dominick, Joseph R., Ipostazele comunicării de masă. Media in era digitală*,* comunicare.ro, Bucuresti, 2009  Levinson, P., Marshall McLuhan – În era digitală, Ed. Antet, 2001.  Monaghan, Garrett, and Sean Tunney. Web journalism: a new form of citizenship? Sussex Academic Press, 2010.  Rotaru, I., Comunicarea virtuală, Ed. Tritonic, Bucarest, 2010.  Tapscott, Don, Crescuți digital, Ed. Publica, 2009  Wolton, D., Internetul. O teorie critică a noilor media, Ed. Comunicare.ro, Bucuresti, 2012. | | | |
| **8.2 Seminar / laborator** | **Metode de predare** | **Observaţii/nr. ore** | |
| |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | |  | 1. Planificarea strategică a materialelor audio-video: definiția brandului, obiective, public 2. Conținutul materialului de promovare: concept, mesaj, rută de execuție 3. Storyboard-ul și scenariul regizoral 4. Metode și tehnici de filmare 5. Post-producție 6. Prezentare proiecte |  |  | |  |  | |  |  | |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | | Brainstorming, discuții, analiză, studiu de caz.  Discuții, analiză, aplicații  Discuții, analiză, aplicații, feedback.  Discuții, analiză, aplicații, feedback.  Exerciții practice.  Discuții, analiză, feedback. | Alegerea brandului pentru proiectul final  (2 ore)  Lucru pe proiect. (2 ore)  Lucru pe proiect. (2 ore)  Lucru pe proiect. (2 ore)  Lucru pe proiect (2 ore)  Lucru pe proiect. (2 ore) | |
| **Bibliografie:**  Cmeciu, Camelia, Tendințe actuale în campanile de relații publice, Iași, Editura Polirom, 2013  Coman, Cristina, Relațiile publice și mass-media, Iași, Editura Polirom, 2004 Dagenais, Bernard, Campania de relații publice, Iași, Editura Polirom, 2003 David, George, Mircea, Dan, Partea plină a paharului. O introducere în tehnicile și campaniile de relații publice, Iași, Editura Lumen, 2015 Doug, Newsom, VanSlyke Turk, Judy, Kruckeberg, Dean, Totul despre relații publice, Iași, Editura Polirom, 2010  Drugă, Ovidiu şi Dr. Murgu, Horea, Elemente de gramatică a limbajului vizual, Ed. Fundaţiei PRO, Bucureşti, 2002.  Jonathan Bignell, Jeremy Orlebar, Manual practic de televiziune, Ed. Polirom, Iaşi, 2009  Ionică, Lucian, Dicţionar de televiziune, Ed. Tritonic, Bucureşti, 2005 Rosenthal, Alan, Writing. Directing and Producing Documentary Films and Videos, Southern Illinois University Press, 2002  Rus, Călin Flaviu, Campanii și strategii de PR, Iași, Institutul European, 2008Dominick, Joseph R., Ipostazele comunicării de masă. Media in era digitală*,* comunicare.ro, Bucuresti, 2009  Levinson, P., Marshall McLuhan – În era digitală, Ed. Antet, 2001.  Monaghan, Garrett, and Sean Tunney. Web journalism: a new form of citizenship? Sussex Academic Press, 2010.  Rotaru, I., Comunicarea virtuală, Ed. Tritonic, Bucarest, 2010.  Tapscott, Don, Crescuți digital, Ed. Publica, 2009  Wolton, D., Internetul. O teorie critică a noilor media, Ed. Comunicare.ro, Bucuresti, 2012. | | |

# 9. Coroborarea conţinuturilor disciplinei cu aşteptările reprezentanţilor comunităţii epistemice, asociaţiilor profesionale şi angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

|  |  |
| --- | --- |
|  | * Conţinutul seminarului încearcă să se adapteze cerinţelor angajatorilor. Aceste cerinţe sunt formulate la întâlnirile periodice cu reprezentanţii asociaţiilor profesionale. |

# 10. Evaluare

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Tip activitate | | 10.1  Criterii de evaluare | | 10.2 Metode de evaluare | | | 10.3  Pondere din nota finală |
| 10.4 Curs | |  | | Examen scris cu subiecte din materia predată la curs | | | 70% |
| 10.5 Seminar / laborator | |  | | Participare activa la seminarii – studenții trebuie să se implice în discuțiile de seminar, să parcurgă bibliografia obligatorie şi să rezolve proiectele solicitate.  Realizarea unui portofoliu de seminar pe temele abordate, dublata de prezentarea orală a acestuia într-o săptămână decisă împreună cu titularul seminarului. | | | 30% |
|  | |  | |  | | |
| 10.6 Standard minim de performanţă | | | | | | |  |
| Curs: | | | | | | |  |
|  | Data completării  20.02.2018 | | Semnătura titularului de curs | | | Semnătura titularului de seminar | |
|  | |  | | |  | |
| Data avizării în catedră/departament | | | | Semnătura şefului catedrei/departamentului | | |