

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați
1.2 Facultatea	Facultatea de Litere
1.3 Departamentul	Literatură, Lingvistică și Jurnalism
1.4 Domeniul de studii	Științele comunicării
1.5 Ciclu de studii	Licenta
1.6 Programul de studii/Calificarea	JURNALISM

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	ETICA						
2.2 Titularul activităților de curs	Lect. dr. Viorica Isaia						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. dr. Mihaela Rusu						
2.4 Anul de studiu	III	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare	Examen	2.7 Regimul disciplinei	Obligato rie

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					83
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					25
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	
4.2 de competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Resurse în format electronic, sala de curs, videoproiector, laptop
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	Resurse în format electronic, sala de seminar, videoproiector, laptop, planșe, fișe de lucru, flipchart

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	CP1-Managementul informației de presă cu respectarea normelor de etică și deontologie profesională CP2 -Identificarea și utilizarea noțiunilor specifice de etică și responsabilitate socială a jurnalistului CP3 -Elaborarea materialelor de presă (identificarea unei teme sau documentarea unei teme impuse, alegerea unghiului de abordare, a genului publicistic adecvat și realizarea materialului propriu-zis cu respectarea normelor etice
--------------------------------	--

Competențe transversale	- CT1- Rezolvarea în mod realist - cu argumentare atât teoretică, cât și practică - a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora - CT2 - Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice - CT3 - Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și a adaptării la cerințele pieței muncii
--------------------------------	--

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Proiectarea unor perspective teoretice diferite asupra noțiunii de deontologie și etică a domeniului.
7.2 Obiectivele specifice	- informarea studenților asupra principalelor repere etice ale meseriei de jurnalist în societatea contemporană, a sistemului de valori fundamentale ale unei societăți democratice, precum și a modului de organizare și funcționare a statului de drept; - prezentarea jurisprudenței incidente profesiei de jurnalist și PR, la nivel european și internațional;

8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
Curs introductiv în studiul eticii. Definiții și delimitări - 2 ore Libertate și comunicare. De ce e nevoie de o etică a comunicării ? - 2 ore Definirea adevărului - 2 ore Credibilitatea - 2 ore Deontologia - 2 ore Codurile etice - istoric și prezentare - 2 ore Consiliile mass media. Organisme care controlează respectarea eticii - 2 ore Etica relațiilor publice. Perspective despre etică și PR - 2 ore Responsabilitatea etică și socială a organizațiilor implicate în sistemul de sănătate publică - 2 ore Etica în publicitate - 2 ore Etica în fotojurnalism. Principii și restricții - 4 ore Etică în presa scrisă - 2 ore Etica în audio vizual - 2 ore	Prelegerea, conversația euristică, explicația, observația, folosirea resurselor în format electronic, problematizarea.	- Studentii vor fi îndrumați în vederea consultării unor resurse bibliografice (inclusiv electronice) și a documentării suplimentare privind problematica vizată în cadrul cursurilor.
Bibliografie: - Bertrand Jean Claude - <i>Deontologia mijloacelor de comunicare</i>, Editura Institutul European, Iași, 2000, - Coman Mihai - <i>Mass media în România post-comunistă</i>, Editura Polirom, Iași, 2003, - Christians Clifford e.a - <i>Etica Mass Media</i>, Studii de caz, Editura Polirom, Iași, 2001, - Dr. Frank Deaver – <i>Etica în mass media</i>, Editura Silex, București, 2004, - Runcan Miruna – <i>A patra putere – legislație și etică pentru jurnaliști</i>, Editura Dacia, Cluj, 2002. - Gratiela Popescu, <i>Deontologie jurnalistică. Elemente de legislație a presei</i>, Ed. Fundației "România de mâine", 2000 <i>Codurile deontologice ale jurnalistului din România</i>, pe www.paginademedia.ro <i>Constituția României</i>, revizuită, Monitorul Oficial, Partea I, nr. 767 / 31 octombrie 2003. - Mariana Rudăreanu, <i>Dreptul comunicării. Note de curs</i>, Editura Fundației România de Măine, București, 2011; - Frunză Sandu, <i>Comunicare etică și responsabilitate socială</i>, Ed. Tritonic, București, 2011; - Ken Middleton, Robert Trager, Bill Chambekin, <i>Legislația comunicării publice</i>, Ed. Polirom, 2002; - Patricia Parsons, <i>Ethics in Public Relations</i>, Kogan Page, London, 2004; - Peter Singer, <i>Tratat de etică</i>, Ed. Polirom, Iași., 2006; - Irina Stănciugelu, <i>Măștile comunicării. De la etică la manipulare și înapoi</i>, Ed. Tritonic, București, 2009;		

15. Lucian Vasile Szabo, <i>Libertate și comunicare în lumea presei</i> , Ed. Amacord, Timișoara, 1999; 16. Lee Thayer (coord.) <i>Ethics, Morality and The Media</i> , Hasting House Publishers, New Zork, 1980; 17. Teodor Vidam, <i>Dimensiuni ale eticii comunicării și mass media</i> , Ed.Casa cărții de știință, Cluj-Napoca, 2007.		
8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
- Ce se aplică și ce nu în presa de azi? Cât de liberi sunt jurnaliștii? Studii de caz. Încalcări ale eticii în presa scrisă. - 2 ore -Dreptul la imagine – 2 ore - Studii de caz: încălcări ale eticii în online. Consecințe și efecte- 2 ore -Studii de caz: încălcări ale eticii în audiovizual. Sancțiuni - 2 ore -Studii de caz: încălcări ale eticii în fotojurnalism. Sancțiuni - 2 ore - Încalcări ale eticii în PR. -2 ore -Situații speciale în care jurnaliștii au plătit cu viața lor – 2 ore	Conversația euristică pe platforma MST, explicația, exercițiul, observația, munca independentă, problematizarea; folosirea resurselor în format electronic, problematizarea, dezbaterile, analiza de text.	- Studentii au obligația de a parcurge bibliografia de referință.
8.3 Bibliografie: Cercelescu, Carmen Monica, <i>Regimul juridic al presei. Drepturile și obligațiile jurnaliștilor</i> , Editura Teora, București, 2004; Bîrsan, Corneliu, <i>Convenția Europeană a Drepturilor Omului. Comentariu pe articole. Drepturi și libertăți</i> , Editura All Beck, București, 2005; <i>Constituția României</i> , revizuită, Monitorul Oficial, Partea I, nr. 767 / 31 octombrie 2003. Christians, Clifford et alii, <i>Etica mass media</i> , Iași, Polirom, 2006 Christians, Clifford G., <i>Etica mass-media</i> , Polirom, Iași, 2001 Runcan, Miruna, <i>A patra putere – legislație și etică pentru jurnaliști</i> , Editura Dacia, Cluj-Napoca, 2002 Deaver, Frank, <i>Etica în mass-media</i> , Editura Silex, București, 2004.		

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 face în alte instituții și centre universitare din țară (care derulează programe de predare similare).

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.	30%
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.	30%
	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:
10.09.2025

Semnătura titularului de curs:
Lect. dr. Viorica Isaia

Semnătura titularului de seminar:
Lect. dr. Mihaela Rusu

Data avizării în departament
15.09.2025

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	Licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	Jurnalism

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	GENURILE PRESEI. PRESA AUDIO VIDEO						
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	III	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	Obl.

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	6	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	4
3.4 Total ore din planul de învățământ	84	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	56
Distribuția fondului de timp					91
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					30
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					25
Tutoriat					3
Examinări					3
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual	91				
3.9 Total ore pe semestru	175				
3. 10 Numărul de credite	7				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	
4.2 de competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	videoproiector, tablă smart, laptop, conexiune la internet, software necesare prezentărilor
5.2. de desfășurare a seminarului	- videoproiector, laptop, conexiune la internet, software necesare prezentărilor, planșe, fișe de lucru - 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

Competențe	CP1 Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării. CP2 Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC). CP3 Înțelegerea diferitelor tipuri de audiență/public implicate în comunicare. CP4 Managementul informației de presă.
-------------------	---

	CP5 Identificarea și utilizarea elementelor specifice de deontologie și de responsabilitate socială a jurnalistului. CP6 Producția unui conținut jurnalistic (text, video, audio și foto) pentru toate tipurile de media.
Competențe transversale	CT1 Rezolvarea în mod realist – cu argumentare atât teoretică, cât și practică – a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora. CT2 Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipă multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice. CT3 Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și al adaptării la cerințele pieței muncii.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Obiectivul general al disciplinei Genurile presei este de a oferi studenților o înțelegere aprofundată a mecanismelor prin care sunt construite textele jurnalistice adecvate genurilor specifice.
7.2 Obiectivele specifice	Obiective cognitive • Cunoașterea genurilor TV și radio. • Înșușirea tehnicilor de redactare în audiovizual. • Identificarea surselor credibile de informare și diferențierea între informație și opinie. • Recunoașterea mecanismelor de influențare și manipulare a informației în audio-vizual. Obiective procedurale • Aplicarea tehnicilor jurnalistice de redactare pentru diferite genuri de radio și TV • Utilizarea de instrumente digitale și baze de date jurnalistice pentru documentare. • Analiza modului în care diverse instituții media reflectă același eveniment din perspective diferite. • Aplicarea unor criterii de selecție și ierarhizare a informațiilor în funcție de relevanță, actualitate și impact. Obiective atitudinale • Respectarea principiilor etice ale jurnalismului și încurajarea difuzării responsabile a informației. • Susținerea diversității de opinii și a pluralismului mediatic în spațiul public. • Promovarea unui comportament profesionist în raportarea obiectivă și echilibrată a realității.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Stirea de televiziune. Particularități. Structură, tipologie. Tipuri de știri. Tipuri de lead-uri	prelegerea, conversația euristică, dezbateră, explicația, observația; prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului reflexiv	2h
2. Interviu în televiziune și radio. Voce vs imagine		2h
3. Structura unui interviu. Cum ne așezăm întrebările. Bune practici		2h
3. Reportajul de televiziune: tipologie, elemente specifice, strategii		2h
4. Reportajul de radio. Cum suplinim lipsa imaginii?		2h
4. Relatarea. Participarea afectivă. Descrierea		2h
5. Comentariul radiofonic. Asemănări și deosebiri față de comentariul din presa scrisă		2h
6. Ancheta de televiziune sau radio: tipologie, elemente specifice		4h
7. Emisiunile de tip „talk-show”: tipologie, strategii		2h
8. Reality show-ul – tipologie, structură, motivație		2h

9. Emisiunile de divertisment în radio și TV		2h
10. Documentarul - un gen pe cale de dispariție. Istoric, realizare		2h
11. Direct vs. înregistrat în radio și TV. Avantaje și dezavantaje		2h
Agnes, Yves, <i>Introducere în jurnalism</i> , Editura Polirom, Iași, 2011		
Bîlbîie, Răduț, <i>Interviul, plăcerea dialogului</i> , Editura Tritonic, 2013		
Colin Sparks, Dahlgren Peter, <i>Jurnalismul și cultura populară</i> , Polirom, Iași, 2004		
Coman, Mihai, <i>Manual de jurnalism</i> , Editura Polirom, 2009		
Vasile Traciuc, <i>Modalități de transmitere a știrilor în radio</i> , în <i>Manual de jurnalism</i> , vol I, Editura Polirom, Iași. 1997		
John Hartley, <i>Discursul știrilor</i> , Editura Polirom, Iași, 1999		
Irene Joanesu, <i>Radioul modern: tratarea informației și principalele genuri informative</i> , Editura ALL, București, 1999		
Stavre, Ion, <i>Comunicare radio – TV</i> , suport curs, S.N.S.P.A.		
Radu Bâlbăie, <i>Relatarea</i> , în <i>Manual de jurnalism</i> , vol. II, Editura Polirom, Iași, 2000		
Traciuc, Vasile, <i>Jurnalism radio</i> – Editura Tritonic București, 2003		
Cuillenburg, J.J. van, Scholten, O., Noomen, G.W, <i>Știința comunicării</i> , Humanitas, București, 1998		
Roșca, Luminița, <i>Producția textului jurnalistic</i> , Polirom, Iași, 2004		
Zelizer, Barbie, <i>Despre jurnalism la modul serios</i> , Polirom, Iași, 2007		
Randall, David, <i>Jurnalismul universal</i> , Polirom, Iași, 2007		
Balasescu Madalina, <i>Manual de productie de televiziune</i> , Ed. Polirom, 2003		
Sireteanu, Ana Maria, <i>Media și imagologia</i> , Tritonic, 2003		
Daniela Zeca Buzura, <i>Jurnalismul de televiziune</i> , Polirom, 2005		
Daniela Zeca Buzura, <i>Totul la vedere. Televiziunea dupa Big Brother</i> , Polirom, 2007		
Patrick Charaudeau, Rodolphe Ghiglione – <i>Talk show-ul. Despre libertatea cuvântului ca mit</i> , Polirom, 2005		
Jonathan Bignell, Jeremy Orlebar, <i>Manual practic de televiziune</i> , Polirom, 2009.		
Silverstone, Roger, <i>Televiziunea în viața cotidiană</i> , Polirom, 1999		
Mirela Lazăr, <i>Noua televiziune și jurnalismul de spectacol</i> , Polirom, 2004.		
8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1.Știrea de radio. Lead-ul și elementul de background. Tipuri de știri. Tehnica piramidei inversate	conversația euristică, explicația, exercițiul, observația, munca independentă, activitate pe grupe, problematizarea; investigația;	2h
2.Știrea de TV. Elementele componente și rolul lor în structura unei știri de TV. Exerciții de scriere a unei știri		4h
3.Stand-up. Exemple și exerciții de scriere. Textul de LIVE – exemple și exerciții de scriere.		4h
4.Reportajul de TV. Tipologie. Modalități de realizare. Exemplu: reportajele Europa FM		2h
5.Realizarea unui reportaj de televiziune (lucru pe grupe) Script și montaj		4h
6.Reportajul de radio. Cum suplinim lipsa imaginii. Exemple de bune practici		2h
7.Realizarea unui reportaj de radio. Script și montaj		4h
8.Interviul de radio. Construcție și tipologie		2h
9.Interviul de televiziune. Ce spunem prin imagine, ce arătăm prin cuvinte ?		2h
10.Realizarea unui script de interviu pe o tematică dată		4h
11.Relatarea și comentariul radiofonic. Exerciții		4h
12.Ancheta. Tematica predilectă. Raționament, demonstrație, argumentare		2h
13.Exemple de anchete radio și TV		4h
14.Exemple de bune practici de talk-show de radio și TV		4h
15.Exemple de reality show-uri. Rețeta succesului		2h
16.Divertismentul de radio și cel de televiziune. Vulgarizarea umorului		2h
17.Documentarul. Exemple de bune practici de la TVR		2h
18. Direct vs. înregistrat în radio și TV. Studii de caz	2h	
17 Pregătirea portofoliilor pentru evaluare	2h	
Bibliografie:		
Coman, Mihai, <i>Manual de jurnalism</i> , Editura Polirom, 2009		
Stavre, Ion, <i>Comunicare radio – TV</i> , suport curs, S.N.S.P.A.		
Traciuc, Vasile, <i>Jurnalism radio</i> – Editura Tritonic București, 2003		
Balasescu Madalina, <i>Manual de productie de televiziune</i> , Ed. Polirom, 2003		
Daniela Zeca Buzura, <i>Jurnalismul de televiziune</i> , Polirom, 2005		

Daniela Zeca Buzura, Totul la vedere. Televiziunea dupa Big Brother, Polirom, 2007
 Patrick Charaudeau, Rodolphe Ghiglione – Talk show-ul. Despre libertatea cuvântului ca mit, Polirom, 2005
 Jonathan Bignell, Jeremy Orlebar, Manual practic de televiziune, Polirom, 2009.
 Silverstone, Roger, Televiziunea în viața cotidiană, Polirom, 1999
 Mirela Lazăr, Noua televiziune și jurnalismul de spectacol, Polirom, 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)	60 %
10.5 Seminar/laborator	- Însușirea și înțelegerea cunoștințelor prezentate în curs; - Capacitatea de a pune în practică corect metodele, conceptele și noțiunile;	- referate, portofolii, comentarii; -discuții pe teme legate de noțiunile studiate	30%
	- Manifestări atitudinale	- Participare activă, conștiinciozitate, interes pentru studiul individual și în grup	10%
10.6 Standard minim de performanță			
• însușirea noțiunilor de bază ale disciplinei • utilizarea parțial adecvată a terminologiei și a conceptelor asociate disciplinei • elaborarea unui portofoliu cu minimum cinci texte jurnalistice specifice genurilor studiate.			

Data completării:

10.09.2025

Semnătura titularului de curs:

Lect. dr. Daniela Bogdan

Semnătura titularului de seminar:

Lect. dr. Daniela Bogdan

Semnătură șef catedră:

Prof. univ. dr. Simona Antofi

Data avizării în catedră:

15.09.2025

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	Licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	Jurnalism

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	GENURILE PRESEI. PRESA SCRISĂ						
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	III	2.5 Semestrul	II	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	Obl.

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					119
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					35
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					35
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					35
Tutoriat					10
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	
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 - 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 - 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

Compe tențe	CP1 Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării. CP2 Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC).
------------------------	---

	CP3 Înțelegerea diferitelor tipuri de audiență/public implicate în comunicare. CP4 Managementul informației de presă. CP5 Identificarea și utilizarea elementelor specifice de deontologie și de responsabilitate socială a jurnalistului. CP6 Producția unui conținut jurnalistic (text, video, audio și foto) pentru toate tipurile de media.
Competențe transversale	CT1 Rezolvarea în mod realist – cu argumentare atât teoretică, cât și practică – a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora. CT2 Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipă multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice. CT3 Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și al adaptării la cerințele pieței muncii.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Obiectivul general al disciplinei Genurile presei este de a oferi studenților o înțelegere aprofundată a mecanismelor prin care sunt construite textele jurnalistice adecvate genurilor specifice.
7.2 Obiectivele specifice	Obiective cognitive - Identifică sursele credibile de informare și diferențiază între informație și opinie. - Cunoaște principalele formate jurnalistice utilizate în prezentarea actualității (știre, reportaj, analiză etc.). - Recunoaște mecanismele de influențare și manipulare a informației în mass-media. - Înțelege impactul economic, politic și cultural al presei asupra societății contemporane. - Distinge între stilurile de tratare jurnalistică a evenimentelor în funcție de tipul publicației și publicul-țintă. - Explică diferențele dintre presa tradițională și noile forme de jurnalism online în acoperirea actualității. Obiective procedurale - Selectează și sintetizează informații relevante din surse multiple pentru a realiza o prezentare coerentă a unui subiect de actualitate. - Aplică tehnici jurnalistice de redactare pentru diferite genuri publicistice. - Monitorizează presa scrisă, audiovizuală și online pentru identificarea temelor dominante ale actualității. - Utilizează instrumente digitale și baze de date jurnalistice pentru documentare. - Analizează modul în care diverse instituții media reflectă același eveniment din perspective diferite. - Aplică criterii de selecție și ierarhizare a informațiilor în funcție de relevanță, actualitate și impact. Obiective atitudinale - Manifestă interes și curiozitate constantă față de evenimentele curente și sursele jurnalistice relevante. - Adoptă o atitudine critică și reflexivă față de mesajele mediatice și construcțiile narative din presă. - Respectă principiile etice ale jurnalismului și încurajează difuzarea responsabilă a informației. - Susține diversitatea de opinii și pluralismul mediatic în spațiul public. - Manifestă deschidere față de abordări interdisciplinare în analiza evenimentelor de actualitate. - Promovează un comportament profesionist în raportarea obiectivă și echilibrată a realității.

8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Jurnalismul de teren vs. Jurnalismul de opinie	prelegerea, conversația euristică, dezbaterea, explicația, observația; prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului reflexiv	2 h
2. Elementele unui articol. Titlarea		2 h
3. Etapele redactării textului jurnalistic		2 h
4. Genurile de teren/de informare. Știrea		4 h
5. Relatarea		2 h
6. Reportajul		2 h
7. Interviuul		2 h
8. Portretul		2 h
9. Ancheta		2 h
10. Genurile de opinie. Editorialul		4 h
11. Comentariul și pamfletul		2 h
12. Cronica și recenzia		2 h
Agnes, Yves, <i>Introducere în jurnalism</i> , Editura Polirom, Iași, 2011. Bîlbîie, Răduț, <i>Interviul, plăcerea dialogului</i> , Editura Tritonic, 2013. Brunea-Fox, F., <i>Reportajele mele. 1927-1938</i> , Editura Polirom, 2020. 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. Florea, Ligia Stela (coord.), <i>Gen, text și discurs jurnalistic. Tipologia și dinamica genurilor în presa scrisă română și franceză</i> , Editura Tritonic, București, 2011 Ilișoi, Viorel, <i>Cele mai frumoase reportaje</i> , Editura Gri, 2017. Iosifescu, Silvian, <i>Literatura de frontieră</i> , Editura Enciclopedică, București, 1971. Keeble, Richard (coord.), <i>Presa scrisă. O introducere critică</i> , Editura Polirom, Iași, 2009. Mihuleac, Cătălin, <i>Pamfletul și tableta. Jurnalism sau literatură?</i> , Editura Universității ”Alexandru Ioan Cuza” Iași, 2009 Munteanu, Cornel, <i>Pamfletul ca discurs literar</i> , Editura Minerva, București, 1999 Preda, Sorin, <i>Jurnalismul cultural și de opinie</i> , Editura Polirom, 2006. Randall David, <i>Jurnalismul universal</i> , Editura Polirom, Bucuresti, 2007. Roșca, Luminița, <i>Producția textului jurnalistic</i> , Iași, Polirom, 2004. Ruști, Doina, <i>Presa culturală. Specii, tehnici compoziționale și de redactare</i> , București, Editura Fundației PRO, 2002. Zelizer, Barbie, <i>Despre jurnalism la modul serios</i> , Polirom, Iași, 2007.		
8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Știrea și relatarea. Asemănări și deosebiri. Structurarea informațiilor, organizarea ideilor, planul textului	conversația euristică, explicația, exercițiul, obsevația, munca independentă, activitate pe grupe, problematizarea; investigația; referatul; proiectul; portofoliul; autoevaluarea	4 h
2. Reportajul. Narațiunea, descrierea, dialogul. Tipologie, unghi de abordare, elemente de stil		4 h
3. Interviuul și portretul. Subiect și context. Construcție și tipologie		4 h
4. Ancheta. Tematica predilectă. Raționament, demonstrație, argumentare		4 h
5. Editorialul. Alegerea temei, Strategii de argumentare		4 h
6. Comentariul și pamfletul		4 h
7. Cronica și recenzia		4 h
Agnes, Yves, <i>Introducere în jurnalism</i> , Editura Polirom, Iași, 2011. Bîlbîie, Răduț, <i>Interviul, plăcerea dialogului</i> , Editura Tritonic, 2013. Brunea-Fox, F., <i>Reportajele mele. 1927-1938</i> , Editura Polirom, 2020. 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. Florea, Ligia Stela (coord.), <i>Gen, text și discurs jurnalistic. Tipologia și dinamica genurilor în presa scrisă română și franceză</i> , Editura Tritonic, București, 2011 Ilisoi, Viorel, <i>Cele mai frumoase reportaje</i> , Editura Gri, 2017.		

Iosifescu, Silvian, *Literatura de frontieră*, Editura Enciclopedică, București, 1971.
 Keeble, Richard (coord.), *Presa scrisă. O introducere critică*, Editura Polirom, Iași, 2009.
 Mihuleac, Cătălin, *Pamfletul și tableta. Jurnalism sau literatură?*, Editura Universității "Alexandru Ioan Cuza" Iași, 2009
 Munteanu, Cornel, *Pamfletul ca discurs literar*, Editura Minerva, București, 1999
 Preda, Sorin, *Jurnalismul cultural și de opinie*, Editura Polirom, 2006.
 Randall David, *Jurnalismul universal*, Editura Polirom, București, 2007.
 Roșca, Luminița, *Producția textului jurnalistic*, Iași, Polirom, 2004.
 Ruști, Doina, *Presa culturală. Specii, tehnici compoziționale și de redactare*, București, Editura Fundației PRO, 2002.
 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

- 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)	70 %
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.	- portofolii, referate, comentarii; discuții pe teme legate de noțiunile studiate	30%
	- 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 portofoliu cu minimum cinci texte jurnalistice specifice genurilor studiate.			

Data completării:

10.09.2025

Semnătura titularului de curs:

Lect. dr. Petrica Pașilea

Semnătura titularului de seminar:

Lect. dr. Petrica Pașilea

Semnătură șef catedră:

Prof. univ. dr. Simona Antofi

Data avizării în catedră:

15.09.2025

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	Licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	Jurnalism

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Producția în mass-media (radio, televiziune, agenții de presă, presă online)						
2.2 Titularul activităților de curs	Lect. dr. Marius Tuca						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. dr. Marius Tuca						
2.4 Anul de studiu	III	2.5 Semestrul	II	2.6 Tipul de evaluare	V	2.7 Regimul disciplinei	Obl.

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	4
3.4 Total ore din planul de învățământ	84	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	56
Distribuția fondului de timp					91
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					33
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					30
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					24
Tutoriat					2
Examinări					2
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual		91			
3.9 Total ore pe semestru		175			
3.10 Numărul de credite		7			

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Multimedia, Genurile presei radio/tv
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	- Laborator TV - 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

Competențe profesionale	CP1. Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării; CP2. Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC); CP3. Înțelegerea diferitelor tipuri de audiență/public implicate în comunicare; CP4. Managementul informației de presă; CP5. Identificarea și utilizarea elementelor specifice de deontologie și de responsabilitate socială a jurnalistului; CP6. Producția unui conținut jurnalistic (text, video, audio și foto) pentru toate tipurile de media.
Competențe transversale	CT1. Rezolvarea în mod realist, cu argumentare atât teoretică, cât și practică, a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora; CT2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipă multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice; CT3. Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și al adaptării la cerințele pieței muncii.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Obiectivul general al cursului Producția în mass media este să dobândească cunoștințe solide despre procesul de producție media, inclusiv tehnici de filmare, montaj, editare audio și video, precum și utilizarea echipamentelor specifice și să fie capabili să planifice, organizeze și să gestioneze proiecte de producție media, respectând termenele și resursele disponibile.
7.2 Obiectivele specifice	Obiective cognitive - Însusirea tehnicilor de producție în presa scrisă și presă audio-video și online - Cunoașterea tehnologiei specifice televiziunii, recunoașterea, abordarea și tratarea subiectelor, însușirea deprinderilor de lucru în echipa de televiziune; - Însușirea tehnicilor de producție în radio; - Cunoașterea specificului scriiturii pentru online și aplicarea principiilor etice în contextualizarea conținutului jurnalistic digital; - Analiza modului în care funcționează agențiile de presă; - Identificarea riscurilor legate de dezinformare și manipulare în spațiul media. Obiective procedurale - Planificarea și redactarea unui conținut jurnalistic adaptat pentru formatul print sau audio-video; - Verificarea surselor și combaterea fake news prin tehnici specifice; - Proiectarea unui jurnal de știri de tv sau radio/a unei pagini de presă scrisă; - Adaptarea limbajului și a formatului la specificul media. Obiective atitudinale - Respectarea normelor deontologice ale profesiei jurnalistice; - Manifestarea interesului pentru inovație și experiment în formele narrative ale jurnalismului digital; - Conștientizarea responsabilității sociale în diseminarea de conținut în format print sau audio-video.

8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Studioul de televiziune. Roluri și profesii legate de emisie și montaj Genuri și formate. Grila de programe și audiența. Prime time	prelegerea, conversația	2h
2. Programele informative și realizarea lor din punct de vedere tehnic. Tipuri de jurnal. Rolul crainicului	euristică, dezbateri,	2h
3. Tehnici de montaj, reguli, tăieturi de editare video	explicația,	2h
4. Montajul unei emisiuni de televiziune. Demonstrație în Laboratorul TV	observația; prezentări în	4h
5. Transmisia în direct. Provocări și surprize	power-point pentru	2h

	stimularea exercițiului reflexiv	
6. Componenta tehnică a radioului. Formate radio și modalitatea de realizare tehnică		2h
7. Roluri și profesii în radio. Etape în realizarea unei emisiuni radio. Echipa și produsul final. Scriptul emisiunii de radio		2h
8. Producția emisiunii de radio. Demonstrație în studioul PRO LIDER FM		4h
9. Machetarea unei pagini de ziar. Editare, corectură, tipărire, marketing. Vizită la ziarul Viața Liberă		2h
10. Multimedia și caracteristicile sale		2h
11. Tehnici de producție a textului în online		2h
12. Agențiile de presă. Particularități tehnice ale lucrului într-o agenție de presă		2h
Bibliografie: Balasescu, Madalina, <i>Manual de productie de televiziune</i> , Polirom, 2003 Daniela Zeca Buzura, <i>Jurnalismul de televiziune</i> , Polirom, 2005 Jonathan Bignell, Jeremy Orlebar, <i>Manual practic de televiziune</i> , Polirom, 2009 Ovidiu Drugă, Dr. Horea Murgu- <i>Elemente de gramatică a limbajului audiovizual</i> , Universitatea Media, 2004. Richard Keeble (coord), <i>Presa scrisă, o introducere critică</i> , Polirom, 2009 Jock Lauterer, Ziarul Local. <i>Cum să scrii pentru publicația unei comunități</i> , Polirom, Iași, 2010 Horia Mihai Bădău, <i>Tehnici de comunicare în social media</i> , Polirom, 2011 Horia Mihai Bădău, <i>Manual de jurnalism online</i> , Tritonic, 2015 Cristina Simion (coord.), <i>Ghidul managerului de presă</i> , Humanitas, 2007 Vasile Traciuc, <i>Jurnalism radio</i> , Tritonic, 2009 Georgeta Drulă, <i>Media interactivă-aspecte de design și producție pentru web</i> , Editura C.H.Beck, 2014 Coman, Mihai, <i>Manual de jurnalism</i> . Vol. I-II. Editura Polirom, Iași, 2009. Ghersetti, Marina, <i>Digital Journalism: The Past, the Present and the Future</i> . Nordicom Review, 2017. Jones, Janet & Salter, Lee, <i>Digital Journalism</i> . Sage Publications, 2012. Miroiu, Adrian, <i>Etica informației și a comunicării</i> . Editura Polirom, Iași, 2008. Negrea, Cristian, <i>Jurnalism digital. Provocări și tendințe</i> . Editura Tritonic, București, 2022. Popescu, Cristian Florin, <i>Dicționar de jurnalism, relații publice și publicitate</i> . Editura Tritonic, București, 2002. Radu, Raluca (coord.), <i>Jurnalismul digital în România: Tendințe și provocări</i> . Editura Universității din București, 2021.		
8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Planuri, unghiuri, elemente generale de montaj, utilizarea camerei video, caracteristici, operațiuni, funcții, reglaje	conversația euristică,	4h
2. Stiluri de povestire în materialele audio-video	explicația,	2h
3. Mișcări de cameră, tehnici de încadrare. Exemplificare Laborator digital	exercițiul, observația, munca independentă,	4h
4. Reguli de editare, tehnici de montaj, tăieturi de editare video	activitate pe grupe,	4h
5. Sunetul, liniștea și efectele speciale în materialele audio-video	problematizarea;	2h
6. Ilustrația muzicală și componentele dramaturgice ale mesajului sonor	investigația;	4h
7. Croma key – cum se filmează și la ce folosește. Demonstrație Laborator digital	autoevaluarea.	4h
8. Luminile și grafica de televiziune. Demonstrație Laborator digital		4h
9. Tipuri de stand-up și realizarea lor. Demonstrație Laborator digital		4h
10. Live-ul în televiziune. Exerciții la Laboratorul digital		2h
11. Procesare și postprocesare în radio. Insertul audio. Demonstrație Radio PRO Lider FM		4h
12. Tipuri de emisiuni radio și realizarea lor. Studiu de caz o emisiune culturală și o emisiune de reportaje.		4h
13. Machetarea unei pagini de ziar. Editare, corectură, tipărire, marketing. Studiu de caz: Viața Liberă		4h
14. Arhitectura informației pe web		4h
15. Particularitățile tehnice ale conținutului online		4h
16. Pregătirea portofoliului final		2h

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	minimum 40%
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.		maximum 50%
	- Manifestări atitudinale	- Participare activă, conștiinciozitate, interes pentru studiul individual și în grup	10%
10.6 Standard minim de performanță			
• însușirea noțiunilor de bază ale disciplinei • utilizarea parțial adecvată a terminologiei și a conceptelor asociate disciplinei			

Data completării:

10.09.2025

Semnătura titularului de curs:

Lect. dr. Marius Țuca

Semnătura titularului de seminar:

Lect. dr. Marius Țuca

Data avizării în catedră:

15.09.2025

Semnătură șef catedră:

Prof. univ. dr. Simona Antofi

FIȘA DISCIPLINEI

Cultură și civilizație europeană contemporană

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea "Dunărea de Jos" din Galați
1.2 Facultatea	Litere
1.3 Departamentul	Literatură, lingvistică și jurnalism
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	Jurnalism

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Cultură și civilizație europeană contemporană						
2.2 Titularul activităților de curs	Prof. univ. dr. Daniel Lucian Gălățanu						
2.3 Titularul activităților de seminar							
2.4 Anul de studiu	III	2.5 Semestrul	I	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	2	3.3 seminar/laborator/proiect	-
3.4 Total ore din planul de învățământ	28	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator/proiect	-
Distribuția fondului de timp					122
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					37
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					37
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					34
Tutoriat					10
Examinări					4
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual	122				
3.8 Total ore pe semestru	150				
3.9 Numărul de credite	6				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Parcursarea și însușirea conținuturilor specifice disciplinei <i>Istoria mentalităților și geneza modelelor culturale</i>
4.2 de competențe	Analiza presei culturale.

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/proiectului	Laborator echipat cu calculatoare, TV și acces la Internet.

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	CP1: Utilizarea adecvată a conceptelor teoretice și critice în studiul fenomenelor culturale din spațiul european contemporan. CP2: Prezentarea sintetică și analitică a fenomenelor culturale specifice Europei contemporane, cu raportarea la epocile anterioare. CP3: Analiza textelor din presa culturală actuală, ilustrative pentru dinamica fenomenelor cultural-identitare din spațiul european în contextul globalizării.
-------------------------	--

Competențe transversale	CT1 Rezolvarea în mod realist – cu argumentare atât teoretică, cât și practică – a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora. CT2 Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipă multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice. CT3 Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și al adaptării la cerințele pieței muncii.
-------------------------	---

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Însușirea noțiunilor teoretice și critice operaționale în analiza fenomenelor cultural-identitare din spațiul european contemporan.
7.2 Obiectivele specifice	- Însușirea noțiunilor teoretico-metodologice cu aplicabilitate în analiza presei culturale actuale din perspectiva studiilor europene; - Identificarea particularităților cultural-identitare reperabile în discursurile intelectuale actuale, puse în circulație în spațiul Europei Occidentale și Răsăritene; - Stimularea interesului pentru studiul fenomenelor culturale din spațiul românesc și european actual; - Formarea unei concepții sistemice asupra raporturilor dintre reprezentările culturale și discursurile identitare din spațiul european contemporan.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
Cultură și civilizație: definiții și delimitări. Perspective teoretico-metodologice și repere disciplinare: istoria culturii și a civilizației / istoria ideilor / istoria mentalităților / studiile culturale etc. „Ideea” de Europa: frontiere reale și imaginare. Modelul cultural european. Perspective teoretice (istorie, sociologie, studii culturale, istoria imaginarului, filosofia și antropologia imaginarului etc.). Marele Secol Clasic Secolul Luminilor Sturm und Drang Modelul romantic vs. Realism „Mitul Europei, Europa miturilor”: identitatea europeană între mit și realitate în secolele XX-XXI. Est și Vest în cultura europeană contemporană: perspective teoretice și critice. Modernitatea estetica și culturală: simbolism Modernitatea estetica și culturală: suprarealism Modernitatea estetica și culturală: absurd; existențialism Memorie, cultură și identitate în spațiul est-european (post)totalitar I Memorie, cultură și identitate în spațiul est-european (post)totalitar II Identitate culturală românească și valori europene în contextul globalizării	Prelegerea, conversația euristică, explicația, dezbateră, problematizarea.	- Studentii vor fi îndrumați în vederea consultării unor resurse bibliografice (inclusiv electronice) și a documentării suplimentare privind problematica vizată în cadrul cursurilor.
Bibliografie *** <i>Caietele Echinox</i>, vol. 1, <i>Postcolonialism și postcomunism</i>, Cluj-Napoca, Dacia, 2001 *** <i>Caietele Echinox</i>, vol. 4, <i>Restricții și cenzură</i>, Cluj-Napoca, Dacia, 2002 *** <i>Caietele Echinox</i>, vol. 7, <i>Literatură și totalitarism</i>, Cluj-Napoca, Dacia, 2004 *** <i>Caietele Echinox</i>, vol. 10, <i>Les imaginaires européens</i>, Cluj-Napoca, Dacia, 2006 Antohi, Sorin, <i>Oglinzi retrovizoare. Istorie, memorie și morală în România. Alexandru Zub în dialog cu Sorin Antohi</i>, Iași, Polirom, 2002 Babeți, Adriana, Ungureanu, Cornel (coord.), <i>Europa Centrală. Nevroze, dileme, utopii</i>, Polirom, Iași, 1997 Babeți, Adriana, Ungureanu, Cornel (coord.), <i>Europa Centrală: memorie, paradis, apocalipsă</i>, Iași, Polirom, 1998		

Boia, Lucian, *Pentru o istorie a imaginarului*, Humanitas, București, 2000
 Candau, Joël, *Mémoire et identité*, Paris, P.U.F., « Sociologie d'aujourd'hui », 1998
 Călinescu, Matei, *Cinci fețe ale modernității. Modernism, avangardă, decadentă, kitsch postmodernism*, Univers, București, 1995
 Cântec, Florin, „Istoria culturii. Schiță pentru arheologia unui concept”, în *Xenopoliana*, Buletinul Fundației Academice "A. D. Xenopol" din Iași, X, 2002
 Duțu, Alexandru, *Ideea de Europa și evoluția conștiinței europene*, All, București, 1999
 Halbwachs, Maurice, *La mémoire collective*, Paris, Albin Michel, 1997
 Heim, Michael, *Un Babel fericit*, Polirom, Iași, 1999
 Jucan, Marius, *Geneza culturală a modernității*, Efes, Cluj-Napoca, 2003
 Judt, Tony, *Europa iluziilor*, Polirom, Iași, 2000
 Kolarz, Walter, *Mituri și realități în Europa de Est*, Iași, Polirom, 2003.
 Lăcătuș, Adrian, *Modernitatea conservatoare. Aspecte ale culturii Europei centrale*, Editura Universității Transilvania, Brașov, 2009
 Le Rider, Jacques, *Mitteleuropa*, Polirom, Iași, 1997.
 Le Rider, Jaques, *Europa Centrală sau paradoxul fragilității*, Polirom, Iași, 2001
 Lungu, Dan, *Construcția identității într-o societate totalitară. O cercetare sociologică asupra scriitorilor*, Junimea, 2003
 Marino, Adrian, *Modern, modernism, modernitate*, Editura pentru Literatură Universală, București, 1969
 Marino, Adrian, *Pentru Europa: integrarea României: aspecte ideologice și culturale*, Polirom, Iași, 2002
 Marino, Adrian, *Al treilea discurs. Cultură, ideologie și politică în România. Adrian Marino în dialog cu Sorin Antohi*, Polirom, Iași, 2001
 Martin, Mircea (coord.), *Conferințele Cuvântul. Identitate românească-identitate europeană*, vol. I, Editura Cuvântul și Fundația Amfiteatru, București, 2008
 Milosz, Czesław, *Gândirea captivă. Eseu asupra logocrațiilor totalitare*, Humanitas, București, 1996
 Mucchielli, Alex, *L'identité*, Paris, PUF, 1999
 Neumann, Victor, *Neam, popor sau națiune? Despre identitățile politice europene*, Curtea Veche, București, 2004
 Noica, Constantin, *Modelul cultural european*, Humanitas, București, 1993
 Petcu, Oana-Elena, „Identitatea europeană și jocul alteritatilor. Reinventarea unei istorii comune”, în revista *Cultura*, 2009, URL: <http://revistacultura.ro/nou/2009/12/identitatea-europeana-si-jocul-alteritatilor-reinventarea-unei-istorii-comune/>
 Spiridon, Monica, « Inventând Europa – identitati si frontiere (I) », în *Observator cultural*, nr. 60-61 / 20 aprilie - 3 mai 2006, URL : <http://www.romaniaculturala.ro/articol.php?cod=7273>
 Ricœur, Paul, *La mémoire, l'histoire, l'oubli*, Paris, Seuil, 2000
 Theodorescu, Răzvan, *Cultură și civilizație europeană* (curs), București, Editura Fundației România de Măine, 2003
 Todorov, Tzvetan, *Confruntarea cu extrema. Victime și tortionari în secolul XX*, Humanitas, București, 1996
 Ungureanu, Cornel, *Europa Centrală. Geografia unei iluzii*, Curtea Veche, București, 2004.
 Ungureanu, Cornel, *Mitteleuropa periferiilor*, Polirom, Iași, 2002.
 Zub, Alexandru, „Istoria culturii la o continuă răspântie (reflecții marginale)”, în *Xenopoliana*, Buletinul Fundației Academice "A. D. Xenopol" din Iași, X, 2002

8.2 Seminar/laborator/proiect	Metode de predare	Observații
Bibliografie		

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

- Acoperind o serie de teme de interes major în câmpul disciplinelor socio-umaniste actuale, problematica abordată, din perspectivă interdisciplinară, în cadrul cursurilor și al seminarelor oferă viitorilor cercetători și jurnaliști repere esențiale pentru înțelegerea dinamicii identităților și a miturilor culturale în spațiul european contemporan.

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.	Evaluare (examen)	70%
	Studiul bibliografiei și elaborarea portofoliului de fișe din studiile indicate.	Evaluarea continuă prin metode orale.	30%
10.5 Seminar/laborator/proiect	-	-	-

Data completării

Semnătura titularului de curs
Prof. univ. dr. Daniel Gălățanu

Semnătura titularului de
seminar/laborator/proiect

10.09.2025

Data avizării în departament

Semnătura directorului de departament

15.09.2025

Prof. univ. dr. Simona Antofi

Data aprobării în Consiliul Facultății¹

Semnătura decanului¹

¹Numai pentru programele de studii din ramura Științe Inginerești

FIȘA DISCIPLINEI

Semiotică

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea "Dunărea de Jos" din Galați
1.2 Facultatea	Litere
1.3 Departamentul	Literatură, lingvistică și jurnalism
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	Jurnalism

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Semiotică						
2.2 Titularul activităților de curs	Prof. univ. dr. Daniel Lucian Gălățanu						
2.3 Titularul activităților de seminar	Prof. univ. dr. Daniel Lucian Gălățanu						
2.4 Anul de studiu	III	2.5 Semestrul	II	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	4	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator/proiect	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator/proiect	28
Distribuția fondului de timp					94
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					30
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					30
Tutoriat					2
Examinări					2
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual	94				
3.8 Total ore pe semestru	150				
3.9 Numărul de credite	6				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	• -
4.2 de competențe	• -

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/proiectului	• Laborator echipat cu calculatoare, TV și acces la Internet.

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	CP1 Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării. CP2 Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC). CP3 Înțelegerea diferitelor tipuri de audiență/public implicate în comunicare. CP4 Managementul informației de presă. CP5 Identificarea și utilizarea elementelor specifice de deontologie și de responsabilitate socială a jurnalistului. CP6 Producția unui conținut jurnalistic (text, video, audio și foto) pentru toate tipurile de media.
Competențe transversale	CT1- Rezolvarea în mod realist - cu argumentare atât teoretică, cât și practică - a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora CT2 - Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice CT3 - Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și a adaptării la cerințele pieței muncii

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	- Utilizarea adecvată a conceptelor operaționale specifice disciplinei;
7.2 Obiectivele specifice	-Dezvoltarea interesului pentru structurile semiotice și pentru reprezentările acestora în societățile naționale; -Prezentarea conceptelor fundamentale ce aparțin acestei discipline: obiectul semioticii, relația dintre limbă, cultură și mod de gândire etc. -Dezvoltarea gândirii critice asupra domeniului lingvisticii.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
Semiotica generala. Domeniu, limite: 2 ore; Elemente de semiotica. Conotație-denotație I: 2 ore Elemente de semiotica. Conotație-denotație II: 2 ore Obiectul – semn I: 2 ore Obiectul – semn II : 2 ore Forma si substanța I: 2 ore Forma si substanța II: 2 ore Coduri si mesaje I : 2 ore Coduri si mesaje II: 2 ore Codurile estetice : 2 ore Arhitectura ca sistem semiotic: 2 ore Vestimentația ca sistem semiotic: 2 ore Semiotica si mass-media: 2 ore Semiotica si ideologia: 2 ore	Prelegerea, conversația euristica, explicația, dezbateră, problematizarea.	- Studentii vor fi îndrumați în vederea consultării unor resurse bibliografice (inclusiv electronice) și a documentării suplimentare privind problematica vizată în cadrul cursurilor.
Bibliografie Barthes, Roland, Mythologies, Seuil, Paris, 1957 Barthes, Roland,, Système de la mode, Seuil, Paris, 1967 Baudrillard, Jean, Sistemul obiectelor, Ed. Echinoc, Cluj, 1996 Cârâc, Ioan, Teoria și practica semnului, Editura Institutului European, Iași, 2003 Ducrot, Oswald, Noul dicționar enciclopedic al științelor limbajului, Ed. Babel, Buc., 1996 Eco, Umberto, Tratat de semiotica generala, Ed. St. si Enciclopedica, Buc., 1982 Gălățanu, Daniel, Elemente de semiotica în analiza discursului literar, Editura Zigotto, Galați, 2012 Gălățanu, Daniel, O abordare semiotica a spațiului poetic francez în Modernitate, Editura Zigotto, Galați, 2013 Gălățanu, Daniel, La cité dans la poésie française moderne de Baudelaire à Apollinaire, Presses Académiques Francophones, OmniScriptum GmbH, Saarbrücken, 2017, https://portal.dnb.de/opac.htm?method=showFullRecord&currentResultId=%22daniel%22+and+%22galatanu%22%26any&currentPosition=0 Levi-Strauss, Claude, Mythologiques, Plon, Paris, 1971 Levi-Strauss, Claude, Le Cru et le cuit, Plon, Paris, 1964		

Klingenberg, J.M. Inițiere în semiotica generală, Ed. Institutului European, Iași, 2004 Miclau, Paul, Cahiers de sémiotique, E.U.B., Buc., 1977 Miclau, Paul, Le Poème moderne, E.U.B., Buc., 2001 Miclau, Paul, Le Signe linguistique, Klincksieck, Paris, 1970.		
8.2 Seminar/laborator/proiect	Metode de predare	Observații
Semiotică și comunicare-2 ore	-conversația euristică, explicația, observația, munca independentă, problematizarea, dezbaterile, analiza de text;	Studentii au obligația de a parcurge bibliografia de referință.
Descrierea semantică-2 ore		
Identificarea conotațiilor și a denotațiilor- 4 ore		
Codificare și iconism- 4 ore		
Semiotica sunetelor- 4 ore		
Semiotica formelor -4 ore		
Semiotica nuanțelor – 4 ore		
Semiotica olfactivă-2 ore		
Aplicarea elementelor de semiotică în analiza textului literar-2ore		
Bibliografie Barthes, Roland, <i>Mitologii</i> , Traducere, prefață și note de Maria Carpov, Institutul European, 1997 Boutaud, Jean-Jaques, <i>Comunicare, semiotică și semne publicitare. Teorii, modele și aplicații</i> , Prefață de Yves Jeanneret. Traducere de Diana Bratu și Mihaela Bonescu. Ediție îngrijită de Valentina Pricopie, Editura Tritonic, București, 2004 Caune, Jean, <i>Cultură și comunicare. Convergențe teoretice și locuri de mediere</i> , Traducere de Mădălina Bălășescu, București, Cartea Românească, 2000 Cobley, Paul și Litza Jansz, <i>Câte ceva despre semiotică</i> , Editura Curtea Veche, 2004 Dâncu, Vasile Sebastian, <i>Comunicarea simbolică: Arhitectura discursului publicitar</i> , Editura Dacia, Cluj-Napoca, 2001. Eco, Umberto, <i>O teorie a semioticii</i> , Traducere din engleză de Cezar Radu și Costin Popescu, Editura Meridiane, 2003 Eco, Umberto, <i>Tratat de semiotică generală</i> , Traducere de Anca Giurescu și Cezar Radu, Postfață și note de Cezar Radu, EȘE, București, 1982 Greimas, A.J., <i>Despre sens. Eseuri semiotice</i> , București, Editura Univers, 1974 Jurj, Gheorghe, <i>Realitatea ca semn: C.S.Peirce și deconstrucția tradiției</i> , Editura Tritonic, București, 2016. Klinkenberg, Jean-Marie, <i>Inițiere în semiotică</i> , Editura Institutul European, Iași, 2004 Narnița, Ionel, <i>Semiotica</i> , Editura de Vest, Timișoara, 2007. Peirce, Charles S., <i>Semnificație și acțiune</i> , Prefață de Andrei Marga, Editura Humanitas, București, 1990 Roventă-Frumușani, Daniela, <i>Semiotică, Societate, Cultură</i> , Iași, Institutul European, 1999 Roventă-Frumușani, Daniela, <i>Analiza discursului: Ipoteze și ipostaze</i> , Editura Tritonic, București, 2004. Roventă-Frumușani, Daniela, <i>Introducere în semiotică</i> , București, Editura Universității, 1991 Sebeok, Thomas A., <i>Semnele: o introducere în semiotică</i> , Traducere din engleză după ediția a II-a definitivă, de Sorin Mărculescu, Editura Humanitas, București, 2002 Stănculescu, Traian Dinorel, <i>La început a fost semnul. O altă introducere în semiotică</i> , Iași, Performantica, 2004.		

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

- Absolvenții programului de licență 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.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Parcurerea și însușirea conținuturilor predate.	Evaluarea sumativă prin probă scrisă.	70%
	Studiul bibliografiei și elaborarea portofoliului de fișe din studiile indicate.	Evaluarea continuă prin metode orale.	15%
10.5. Seminar/laborator/proiect	Participarea la dezbaterile din cadrul seminariilor.	Evaluarea continuă prin metode orale.	15%
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.

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar/laborator/proiect
10.09.2025	Prof. univ. dr. Daniel Lucian Gălățanu	Prof. univ. dr. Daniel Lucian Gălățanu
Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament	
15.09.2025	Prof. univ. dr. Simona Antofi	
Data aprobării în Consiliul Facultății ¹	Semnătura decanului ¹	

¹ Numai pentru programele de studii din ramura Științe Inginerești

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	Științele comunicării
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	Jurnalism

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Practică pentru întocmirea lucrării de licență						
2.2 Titularul activităților de curs	-						
2.3 Titularul activităților de seminar							
2.4 Anul de studiu	III	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		din care: 3.2 curs	-	3.3 seminar/laborator	
3.4 Total ore din planul de învățământ	20	din care: 3.5 curs	-	3.6 seminar/laborator	20
Distribuția fondului de timp					30
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					10
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					5
Alte activități					0
3.7 Total ore studiu individual	30				
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	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	-
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	CP1 Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării. CP2 Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC). CP3 Managementul informației de presă. CP4 Identificarea și utilizarea elementelor specifice de deontologie și de responsabilitate socială a jurnalistului.
Competențe transversale	CT1 Rezolvarea în mod realist – cu argumentare atât teoretică, cât și practică – a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora. CT2 Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipă multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice. CT3 Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și al adaptării la cerințele pieței muncii.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Înșușirea solidă a metodelor de cercetare filologică și familiarizarea primară cu tehnicile de lucru aferente acestora.
7.2 Obiectivele specifice	Alegerea adecvată și aplicarea corectă a metodelor și tehnicilor însușite pe parcursul studiilor. Creșterea capacității studenților de a analiza, prelucra și interpreta datele puse la dispoziție de organizații. Creșterea capacității de a trage concluzii și de a propune decizii pe baza rezultatelor analizelor efectuate, în concordanță cu teoria aferentă domeniului de interes.

8. Conținuturi

8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
Stabilirea titlului orientativ, a structurii lucrării și a bibliografiei de studiat - 2ore Pregătirea planului de cercetare detaliată - 2 ore Pregătirea recenziei literaturii de specialitate pe baza surselor academice de specialitate recomandate de către îndrumătorul științific și ale surselor considerate relevante de către student - 6 ore Elaborarea metodologiei de cercetare în vederea realizării obiectivelor propuse -4 ore Culegerea și analiza datelor - 4 ore Prezentarea rezultatului final - 2 ore	Conversația euristică dezbateră, problematizarea Discuții cu studenții privind sursele de date, utilizarea textelor și a bibliografiei indicate, prezentarea formelor de documentare și elaborare a lucrărilor științifice, folosirea resurselor în format electronic.	Muncă individuală, consultații

Bibliografie:

Eco, Umberto, *Cum se face o teză de licență*, ed. a II-a, Polirom, Iași, 2014
 Preda, Sorin, *Tehnici de redactare în presa scrisă*, Polirom, Iași, 2006
 Rad, Ilie, *Cum se scrie un text științific*, Polirom, Iași, 2008
 Rădulescu, Mihaela, *Metodologia cercetării științifice*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 2011
 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

Conținuturile disciplinei sunt în concordanță cu ceea ce se face în alte instituții și centre universitare din țară (care derulează programe de predare similare). Pentru o mai bună adaptare la cerințele pieței muncii a conținutului și obiectivelor disciplinei, au avut loc întâlniri și consultări atât cu reprezentanți ai comunității civile și ai mediului de afaceri, cât și cu celelalte cadre didactice din universitate.

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 unei lucrări pe o temă propusă la sfârșitul semestrului.	Studentul redactează două capitole din lucrarea de licență. Structura lucrării corespunde cerințelor unei lucrări științifice. Tabelele și graficele sunt utilizate corespunzător. Logica lucrării este clară. Exprimarea este clară și ușor de asimilat. Stilul lucrării este științific. Utilizarea terminologiei de specialitate este corectă. Lucrarea respectă cerințele ortografice și de tehnoredactare.	70%
	Evaluare orală	Studentul prezintă două capitole din lucrarea de licență	30%
10.6 Standard minim de performanță			

Media notelor acordate la seminar să nu fie mai mică de 5.

Data completării
10.09.2025

Semnătura titularului de curs
-

Semnătura titularului de
seminar

Data avizării în departament:
15.09.2025

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 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	Jurnalism

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Gândire critică						
2.2 Titularul activităților de curs	Lect. dr. Daniela Aura Bogdan						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. dr. Daniela Aura Bogdan						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	1	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	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					58
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					23
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate					15
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					10
Tutoriat					5
Examinări					5
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual		58			
3.9 Total ore pe semestru		100			
3.10 Numărul de credite		4			

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	
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, fișe de lucru - 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.

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	CP1. Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării; CP2. Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC); CP3. Înțelegerea diferitelor tipuri de audiență/public implicate în comunicare; CP4. Managementul informației de presă; CP5. Identificarea și utilizarea elementelor specifice de deontologie și de responsabilitate socială a jurnalistului;
Competențe transversale	CT1. Rezolvarea în mod realist, cu argumentare atât teoretică, cât și practică, a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora; CT2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipă multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice; CT3. Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și al adaptării la cerințele pieței muncii.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Obiectivul general al disciplinei Gândire critică este de a oferi studenților o înțelegere aprofundată a mecanismelor prin care sunt construite mesajele în spațiul public, cu accent pe mediile jurnalistice și digitale. Cursul urmărește dezvoltarea capacității de a analiza critic un discurs, contribuind la formarea unor profesioniști capabili să combată dezinformarea.
7.2 Obiectivele specifice	Obiective cognitive - Dezvoltă capacitatea de a examina situații de comunicare din mai multe perspective, de a colecta informații corect, pentru a lua o decizie informată; de a compara critic puncte diferite de vedere; de a evalua calitatea argumentelor aduse în favoarea unei teze. - Creșterea capacității de a folosi raționamente deductive și a remedia problemele depistate în comunicarea publică. Obiective procedurale - Analizează studii de caz privind tipuri de raționamente, erori de raționare și tehnici de manipulare. - Construiește în scris raționamente corecte, care stau la baza unui discurs mediatic coerent. - Selectează materiale relevante (video, audio, text) pentru ilustrarea modului de funcționare a dezinformării. - Argumentează în scris modul în care funcționează manipularea. - Participă la ateliere în care se aplică tehnici de fact-checking. Obiective atitudinale - Manifestă spirit critic față de manipularea în mass media. - Dovedește interes pentru înțelegerea proceselor de dezinformare și manipulare. - Respectă principiile etice în analiza și scrierea discursurilor mediatice. - Promovează o atitudine reflexivă în raport cu consumul de media și influența personajelor publice. - Își asumă responsabilitatea față de impactul social și cultural al analizelor mediatice efectuate.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Introducere în gândirea critică. Ce este și ce nu este gândirea critică	prelegerea,	2h
2. Scurt istoric al disciplinei	conversația	2h
3. Elemente de logică generală: Raționamentele și tipurile de argumentare. Argumente deductive și inductive.	euristică, dezbateră,	2h

4. Cum slăbim un argument, cum întărim un argument. Codexul erorilor cognitive (prea multă informație, insuficient sens, apelul la emoțional).	explicația, observația; prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului reflexiv	2h
5. Erorile cognitive. Tipologie		4h
6. Argumente și contraargumente în conversație, dezbateri, discurs public, eseu și în mass-media		2h
7. Raționamentul cauzal, raționamentul probabilistic		2h
8. Sondajul și eșantionarea, analogia, generalizările statistice		2h
9. Raționamentul moral sau legal		2h
10. Pseudoștiința. Exemple de erori logice din mass media		4h
11. Fake-news, manipulare, raționamente eronate în mass-media și discursul politic. Studii de caz		4h
Bibliografie: Battersby, Mark și Bailin Sharon, Critical thinking and cognitive biases, OSSA Conference Archive. 16, 2013 Botezatu, Petre, Introducere în logică, Polirom, Iași, 1997 Graves, Lucas, Deciding What’s True: The Rise of Political Fact-checking in American Journalism, Columbia University Press, New York, 2016 Gruescu, Petrișor, Jurnalism și credibilitate, Editura Comunicare.ro, București, 2017 Bowell, Tracy și Kemp, Gary, Critical Thinking A Concise Guide (ed. 2). New York, Routledge, 2002 Paul, Richard, Critical Thinking: What Every Person Needs to Survive in a Rapidly Changing World, Foundation for Critical Thinking, 2012 Perelman, Chaiim și Olbrechts-Tyteca, Lucie, Tratat de argumentare. Noua retorică, Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza” Iași, 2012 Nicu, A., Strategii de formare a gândirii critice, EDP, 2005, București Daniel Levitin, Ghid practic de detectare a minciunilor. Gândirea critică în era post adevăr, Ed. Publica, București, 2017 Marian Voicu, Matrioșka minciנוșilor. Fakenews, manipulare, populism, Ed. Humanitas, București, 2018 Radu Paraschivescu, Cartea răsului și a cercetării, Ed. Humanitas, București, 2017 Alina Bârgăoanu, Fakenews: noua cursă a înarmării, Ed. Evrika Publishing, 2018 Ines Razec, Identitatea într-o lume progresiv cucerită de AI, Tritonic, București, 2024 Bogdan Oprea, Fake news și dezinformare online. Recunoaște și verifică, Polirom, Iași, 2022		
8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Recunoașterea și construcția unor tipuri de raționamente. Exerciții de slăbire și întărire a unui argument	conversația euristică, explicația, exercițiul, obsevația, munca independentă, activitate pe grupe, problematizarea, investigația,	2h
2. Biasuri cognitive		2h
3. Fake news – tipologie și recunoaștere		2h
4. Trollingul și gândirea critică		2h
5. Alegerile din SUA, Analytica și dezinformarea 2.0		2h
6. Autismul și vaccinurile: 4 capcane de raționament. Studiu de caz		2h
7. Fakenews, manipulare, populism. Studii de caz		2h
Botezatu, Petre, Introducere în logică, Polirom, Iași, 1997 Daniel Levitin, Ghid practic de detectare a minciunilor. Gândirea critică în era post adevăr, Ed. Publica, București, 2017 Marian Voicu, Matrioșka minciנוșilor. Fakenews, manipulare, populism, Ed. Humanitas, București, 2018 Radu Paraschivescu, Cartea răsului și a cercetării, Ed. Humanitas, București, 2017 Alina Bârgăoanu, Fakenews: noua cursă a înarmării, Ed. Evrika Publishing, 2018 Ines Razec, Identitatea într-o lume progresiv cucerită de AI, Tritonic, București, 2024 Bogdan Oprea, Fake news si dezinformare online. Recunoaste si verifică. Polirom. Iasi, 2022		

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

- Conținuturile disciplinei sunt alinate 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;	- evaluarea finală (examen)	40%
10.5 Seminar/laborator	-Capacitatea de a pune în practică corect conceptele și noțiunile predate. - Rezolvarea corectă și completă a temelor de seminar propuse.	Comentarii, dezbateri, discuții pe teme legate de noțiunile studiate.	40% 20%
10.6 Standard minim de performanță			
• însușirea noțiunilor de bază ale disciplinei • Participare activă, conștiinciozitate, interes pentru studiul individual și în grup			

Data completării:

10.09.2025

Semnătura titularului de curs:

Lect. dr. Daniela Bogdan

Semnătura titularului de seminar:

Lect. dr. Daniela Bogdan

Data avizării în catedră:

10.09.2025

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	Licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	Jurnalism

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Marketing și campanii electorale 1						
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	III	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	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					44
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					10
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					10
Tutoriat					2
Examinări					2
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual		44			
3.9 Total ore pe semestru		100			
3.10 Numărul de credite		4			

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	
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, - activitățile de seminar se desfășoară pe baza bibliografiei și surselor online indicate.

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	CP1. Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării; CP2. Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC); CP3. Înțelegerea diferitelor tipuri de audiență/public implicate în comunicare; CP4. Managementul informației de presă; CP5. Identificarea și utilizarea elementelor specifice de deontologie și de responsabilitate socială a jurnalistului;
-------------------------	--

Competențe transversale	CT1. Rezolvarea în mod realist, cu argumentare atât teoretică, cât și practică, a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora; CT2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipă multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice; CT3. Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și al adaptării la cerințele pieței muncii.
--------------------------------	---

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Disciplina Marketing și campanii electorale își propune să ofere studenților o înțelegere aprofundată a strategiilor de marketing aplicate în context electoral, a mecanismelor de influențare a opiniei publice și a dinamicii comunicării politice. Cursul urmărește formarea de competențe teoretice și practice necesare pentru planificarea, implementarea și evaluarea campaniilor electorale, prin utilizarea eficientă a mijloacelor media și a tehnicilor persuasive adaptate mediului democratic contemporan.
7.2 Obiectivele specifice	Obiective cognitive - Definirea conceptelor fundamentale ale marketingului politic și electoral. - Explicarea rolului campaniilor electorale în procesele democratice. - Identificarea etapelor principale ale unei campanii electorale. - Distincția dintre marketingul electoral, politic și guvernamental. - Examinarea tehnicilor persuasive utilizate în campaniile electorale. - Analiza rolului mass-media și al rețelelor sociale în influențarea comportamentului electoral. - Explicarea strategiilor de targetare a electoratului. - Evaluarea metodelor de cercetare a opiniei publice utilizate în campaniile electorale. Obiective procedurale - Aplicarea tehnicilor de planificare a unei campanii electorale. - Redactarea unui plan de comunicare politică adaptat unui candidat ipotetic. - Utilizarea corectă a canalelor media în promovarea electorală. - Proiectarea de mesaje electorale persuasive adaptate publicului-țintă. - Realizarea unei analize SWOT pentru un candidat sau o formațiune politică. - Simularea unor activități de campanie în context electoral (dezbateri, discurs, promovare online). Obiective atitudinale - Manifestarea unei atitudini etice în proiectarea și evaluarea campaniilor electorale. - Asumarea responsabilității sociale în comunicarea politică. - Promovarea transparenței și a corectitudinii în procesul de influențare a electoratului. - Respectarea diversității de opinii și orientări politice în spațiul public. - Dezvoltarea unei gândiri critice față de manipularea electorală. - Încurajarea participării active și informate în viața democratică.

8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Definirea marketingului politic. Delimitări conceptuale	prelegerea,	2h
2. Componentele mixului de marketing politic	conversația	2h

3. Branding politic: imaginea candidatului și identitatea partidului.	euristică, dezbateră, explicația, observația; prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului reflexiv	2h	
4. Strategii de poziționare pe scena politică. Cercetarea de piață în campaniile electorale.		4h	
5. Segmentarea și targetarea electoratului.		2h	
6. Comportamentul electoral: factori psihologici și socio-demografici.		2h	
7. Rolul mass-media în campania electorală.		2h	
8. Social media și noile forme de comunicare politică.		2h	
9. Discursul politic: structură, stiluri, strategii persuasive.		2h	
10. Etica în marketingul politic și limitele comunicării electorale.		2h	
11. Legislația implicată în campania electorală		2h	
12. Fake news, manipulare și dezinformare în campaniile electorale.		2h	
13. Afișajul electoral		2h	
Barbaros Corina, <i>Marketingul politic. Repere teoretice și strategii de acțiune</i> , Editura Adenium, București, 2014; Bardan, Alexandra, <i>Marketing politic în România înainte și după 1989</i> , Editura Tritonic, București, 2001; Lilleker, Darren G., <i>Key Concepts in Political Communication</i> , Sage Publication, London, 2006; Maarek, Philippe J., <i>Communication et marketing de l’homme politique, deuxième édition</i> , Litec, Paris, 2000; McNair, Brian, <i>Introducere în comunicarea politică</i> , Editura Polirom, Iași, 2007; Mihalache, Dan, <i>Curs de marketing politic</i> , Universitatea Creștină „Dimitrie Cantemir”, București, 2012; Miroiu, Mihaela (ed.), <i>Ideologii politice actuale: semnificații, evoluții, impact</i> , Editura Polirom, Iași, 2012; Pripp, Cristina, <i>Marketingul politic</i> , Editura Nemira, București, 2002; Stoiciu, Andrei, <i>Comunicarea politică. Cum se vând idei și oameni</i> , Editura Libra, București, 2000; Teodorescu, Bogdan; Guțu, Dorina; Enache, Radu, <i>Cea mai bună dintre lumile posibile. Marketingul politic în România – 1990-2005</i> , Comunicare.ro, Facultatea de Comunicare și Relații Publice "David Ogelvy", SNSPA, București, 2005.			
8. 2 Seminar/laborator		Metode de predare	Observații
1. Caracteristicile pieții politice din România (participare la vot, apartenența (istorică) la un partid, comportamentul electoral, relația cu media, percepția asupra instituțiilor)	conversația euristică, explicația, exercițiul, obsevația, munca independentă, activitate pe grupe, problematizarea; investigația; referatul; proiectul; autoevaluarea	4h	
2. Partidele - între provocările pieței și conservarea propriei viziuni și identități		2h	
3. Consumerismul și marketingul politic		2h	
4. Campania permanentă – ruperea barierelor între perioadele pre-electorale și restul calendarului politic		2h	
5. Marketing politic și campanie în Statele Unite ale Americii		2h	
6. Marketing politic și campanie în Europa Occidentală (Germania, Marea Britanie, Franța)		4h	
7. Promisiunile electorale – riscul de a pierde încrederea consumatorului politic. Populismul		2h	
8. Analiza opoziției în strategiile de campanie a principalelor partide din România		2h	
9. Realizarea unei analize SWOT pentru unul dintre partidele din România		2h	
10. Cum convingem electoratul. Gesturi neobișnuite în campanii. Studii de caz		2h	
11. Afișajul electoral. Exemple de bune practici. Exemple nefericite		2h	
12. Rolul sondajelor de opinie în influențarea consumatorului politic din România		2h	
Bibliografie: Barbaros Corina, <i>Marketingul politic. Repere teoretice și strategii de acțiune</i> , Editura Adenium, București, 2014; Bardan, Alexandra, <i>Marketing politic în România înainte și după 1989</i> , Editura Tritonic, București, 2001; Lilleker, Darren G., <i>Key Concepts in Political Communication</i> , Sage Publication, London, 2006; Maarek, Philippe J., <i>Communication et marketing de l’homme politique, deuxième édition</i> , Litec, Paris, 2000; McNair, Brian, <i>Introducere în comunicarea politică</i> , Editura Polirom, Iași, 2007; Mihalache, Dan, <i>Curs de marketing politic</i> , Universitatea Creștină „Dimitrie Cantemir”, București, 2012; Miroiu, Mihaela (ed.), <i>Ideologii politice actuale: semnificatii, evoluții, impact</i> , Editura Polirom, Iasi, 2012;			

Pripp, Cristina, *Marketingul politic*, Editura Nemira, București, 2002;
 Stoiciu, Andrei, *Comunicarea politică. Cum se vând idei și oameni*, Editura Libra, București, 2000;
 Teodorescu, Bogdan; Guțu, Dorina; Enache, Radu, *Cea mai bună dintre lumile posibile. Marketingul politic în România – 1990-2005*, Comunicare.ro, Facultatea de Comunicare și Relații Publice "David Ogilvy", SNSPA, București, 2005.

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

- 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 (verificare)	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	50%
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:

10.09.2025

Semnătura titularului de curs:

Conf dr. Cătălin Negoită

Semnătura titularului de seminar:

Conf. dr. Cătălin Negoită

Data avizării în catedră:

15.09.2025

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	Licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	Jurnalism

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Marketing și campanii electorale 2						
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	III	2.5 Semestrul	2	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	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					44
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					15
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					15
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					10
Tutoriat					2
Examinări					2
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual		44			
3.9 Total ore pe semestru		100			
3.10 Numărul de credite		4			

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	
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 - 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, - activitățile de seminar se desfășoară pe baza bibliografiei și surselor online indicate.

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	CP1. Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării; CP2. Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC); CP3. Înțelegerea diferitelor tipuri de audiență/public implicate în comunicare; CP4. Managementul informației de presă; CP5. Identificarea și utilizarea elementelor specifice de deontologie și de responsabilitate socială a jurnalistului; CP6. Producția unui conținut jurnalistic (text, video, audio și foto) pentru toate tipurile de media.
-------------------------	---

Competențe transversale	CT1. Rezolvarea în mod realist, cu argumentare atât teoretică, cât și practică, a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora; CT2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipă multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice; CT3. Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și al adaptării la cerințele pieței muncii.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Disciplina Marketing și campanii electorale își propune să ofere studenților o înțelegere aprofundată a strategiilor de marketing aplicate în context electoral, a mecanismelor de influențare a opiniei publice și a dinamicii comunicării politice. Cursul urmărește formarea de competențe teoretice și practice necesare pentru planificarea, implementarea și evaluarea campaniilor electorale, prin utilizarea eficientă a mijloacelor media și a tehnicilor persuasive adaptate mediului democratic contemporan.
7.2 Obiectivele specifice	Obiective cognitive - Definirea conceptelor fundamentale ale marketingului politic și electoral. - Explicarea rolului campaniilor electorale în procesele democratice. - Identificarea etapelor principale ale unei campanii electorale. - Distincția dintre marketingul electoral, politic și guvernamental. - Examinarea tehnicilor persuasive utilizate în campaniile electorale. - Analiza rolului mass-media și al rețelelor sociale în influențarea comportamentului electoral. - Explicarea strategiilor de targetare a electoratului. - Evaluarea metodelor de cercetare a opiniei publice utilizate în campaniile electorale. Obiective procedurale - Aplicarea tehnicilor de planificare a unei campanii electorale. - Redactarea unui plan de comunicare politică adaptat unui candidat ipotetic. - Utilizarea corectă a canalelor media în promovarea electorală. - Proiectarea de mesaje electorale persuasive adaptate publicului-țintă. - Realizarea unei analize SWOT pentru un candidat sau o formațiune politică. - Simularea unor activități de campanie în context electoral (dezbateri, discurs, promovare online). Obiective atitudinale - Manifestarea unei atitudini etice în proiectarea și evaluarea campaniilor electorale. - Asumarea responsabilității sociale în comunicarea politică. - Promovarea transparenței și a corectitudinii în procesul de influențare a electoratului. - Respectarea diversității de opinii și orientări politice în spațiul public. - Dezvoltarea unei gândiri critice față de manipularea electorală. - Încurajarea participării active și informate în viața democratică.

8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Canale de comunicare (comunicare directă vs. comunicare prin media)	prelegerea,	2h
2. Publicitatea politică. Spotul electoral.	conversația	4h

3. Brand și branding. Metode de dezvoltare a produsului politic	euristică,	2h
4. Dezbateră electorală televizată: un show bine regizat	dezbateră,	2h
5. Storytelling și politică. Cum se fabrică un candidat perfect?	explicația,	2h
6. Percepția consumatorului asupra realizării politicilor de guvernare. Rolul liderilor de opinie în influențarea maselor. Studii de caz	observația;	2h
7. Blogul politic și campaniile în online	prezentări în power-point pentru	4h
8. Managementul reputației în online. Scandaluri de campanie. Exemple	stimularea	4h
9. Perioada post-campanie. Realizări vs. așteptări	exercițiului reflexiv	2h
10. Studiu de caz: analiza comparativă a unor campanii electorale de succes.		4h

Barbaros Corina, *Marketingul politic. Repere teoretice și strategii de acțiune*, Editura Adenium, București, 2014;
Bardan, Alexandra, *Marketing politic în România înainte și după 1989*, Editura Tritonic, București, 2001;
Lilleker, Darren G., *Key Concepts in Political Communication*, Sage Publication, London, 2006;
Maarek, Philippe J., *Communication et marketing de l'homme politique, deuxième édition*, Litec, Paris, 2000;
McNair, Brian, *Introducere în comunicarea politică*, Editura Polirom, Iași, 2007;
Mihalache, Dan, *Curs de marketing politic*, Universitatea Creștină „Dimitrie Cantemir”, București, 2012;
Miroiu, Mihaela (ed.), *Ideologii politice actuale: semnificații, evoluții, impact*, Editura Polirom, Iași, 2012;
Pripp, Cristina, *Marketingul politic*, Editura Nemira, București, 2002;
Stoiciu, Andrei, *Comunicarea politică. Cum se vând idei și oameni*, Editura Libra, București, 2000;
Teodorescu, Bogdan; Guțu, Dorina; Enache, Radu, *Cea mai bună dintre lumile posibile. Marketingul politic în România – 1990-2005*, Comunicare.ro, Facultatea de Comunicare și Relații Publice "David Ogilvy", SNSPA, București, 2005.

8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Analiza comparativă a spoturilor electorale din România și alte țări.	conversația	2h
2. Crearea profilului psihologic al alegătorului ideal.	euristică,	2h
3. Redactarea unui slogan electoral eficient.	explicația,	2h
4. Exerciții de rebranding politic pentru partide existente.	exercițiul,	2h
5. Analiza SWOT a unui candidat ipotetic.	observația, munca independentă,	2h
6. Simulare de campanie electorală (roluri: candidat, staff, electorat).	activitate pe grupe,	2h
7. Construirea unui mesaj electoral adaptat pentru social media.	problematizarea;	2h
8. Elaborarea unui plan de comunicare electorală pe o lună.	investigația;	2h
9. Exerciții de analiză a dezbaterilor televizate.	referatul; proiectul;	2h
10. Studiu de caz: eșecuri notorii în campanii electorale.	portofoliul;	2h
11. Workshop: folosirea storytelling-ului în marketingul politic.	autoevaluarea	2h
12. Evaluarea credibilității surselor de informare electorală.		2h
13. Monitorizarea presei în timpul unei campanii reale.		2h
14. Analiza retoricii unui discurs politic contemporan.		2h

Bardan, Alexandra, *Marketing politic în România înainte și după 1989*, Editura Tritonic, București, 2001;
Mihalache, Dan, *Curs de marketing politic*, Universitatea Creștină „Dimitrie Cantemir”, București, 2012;
Miroiu, Mihaela (ed.), *Ideologii politice actuale: semnificații, evoluții, impact*, Editura Polirom, Iași, 2012;
Pripp, Cristina, *Marketingul politic*, Editura Nemira, București, 2002;
Stoiciu, Andrei, *Comunicarea politică. Cum se vând idei și oameni*, Editura Libra, București, 2000;
Teodorescu, Bogdan; Guțu, Dorina; Enache, Radu, *Cea mai bună dintre lumile posibile. Marketingul politic în România – 1990-2005*, Comunicare.ro, Facultatea de Comunicare și Relații Publice "David Ogilvy", SNSPA, București, 2005.
d. *practic pentru presa scrisă*, Iași, Editura Polirom, 1998.

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

- 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 (verificare)	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	50%
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:

10.09.2025

Semnătura titularului de curs:

Conf dr. Cătălin Negoită

Semnătura titularului de seminar:

Conf. dr. Cătălin Negoită

Data avizării în catedră:

15.09.2025

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	Licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	Jurnalism

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Comunicare de criză						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf. dr. Ionel Apostolatu						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. dr. Loredana Buzoianu						
2.4 Anul de studiu	III	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	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					44
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					15
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					15
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					12
Tutoriat					
Examinări					2
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual		44			
3.9 Total ore pe semestru		100			
3. 10 Numărul de credite		4			

x

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	
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

Competențe profesionale	CP1. Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării; CP2. Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC); CP3. Înțelegerea diferitelor tipuri de audiență/public implicate în comunicare; CP4. Managementul informației de presă; CP5. Identificarea și utilizarea elementelor specifice de deontologie și de responsabilitate socială a jurnalistului; CP6. Producția unui conținut jurnalistic (text, video, audio și foto) pentru toate tipurile de media.
Competențe transversale	CT1. Rezolvarea în mod realist cu argumentare atât teoretică, cât și practică a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora; CT2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipă multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice; CT3. Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și al adaptării la cerințele pieței muncii.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Obiectivul general al disciplinei Comunicare de criză este formarea competențelor teoretice și aplicative necesare înțelegerii, anticipării și gestionării situațiilor de criză în spațiul public, organizațional și mediatic. Prin aprofundarea strategiilor de comunicare, a etapelor procesului decizional și a rolului mass-media în momente de tensiune socială sau instituțională, disciplina urmărește dezvoltarea capacității de reacție rapidă, adaptabilitate și responsabilitate profesională în contexte critice.
7.2 Obiectivele specifice	Obiective cognitive • Înțelegerea conceptului de criză și a tipologiilor de criză în spațiul public și organizațional. • Identificarea etapelor comunicării în situații de criză. • Cunoașterea modelelor și teoriilor relevante în managementul crizei de imagine. • Explicarea rolului mass-mediei și al rețelelor sociale în diseminarea informației în timpul crizei. • Distincția dintre comunicarea proactivă și reactivă în contextul gestionării crizelor. • Analiza discursurilor publice și instituționale din perioade de criză. • Recunoașterea erorilor frecvente în comunicarea de criză. • Înțelegerea principiilor etice aplicabile în comunicarea de criză. Obiective procedurale • Aplicarea modelelor de gestionare a crizei în simulări și studii de caz. • Redactarea unui plan de comunicare de criză pentru o organizație ipotetică. • Formularea de mesaje clare, coerente și adecvate publicului țintă în momente de criză. • Utilizarea canalelor media potrivite în funcție de specificul și faza crizei. • Evaluarea eficienței strategiilor de comunicare în situații de criză reală sau simulată. • Implementarea de scenarii de prevenție și comunicare anticipativă. Obiective atitudinale • Asumarea unei atitudini responsabile și etice în gestionarea informației în momente de criză. • Manifestarea empatiei și a echilibrului emoțional în redactarea mesajelor sensibile. • Dezvoltarea capacității de a reacționa calm și profesionist sub presiunea publică.

	• Acceptarea importanței transparenței și veridicității în comunicarea oficială. • Cultivarea unei perspective critice asupra manipulării și dezinformării în contexte de criză. • Încurajarea colaborării în echipă pentru gestionarea eficientă a comunicării de criză.
--	---

8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Definirea crizei. Tipuri de crize în organizații și în spațiul public	prelegerea,	2h
2. Etapele unei crize: prevenție, declanșare, escaladare, rezolvare, post-criză	conversația euristică,	2h
3. Modele teoretice ale comunicării de criză	dezbaterea,	2h
4. Diferența dintre comunicarea de criză și managementul crizei	explicația,	2h
5. Strategii de comunicare proactivă și reactivă	observația;	2h
6. Rolul purtătorului de cuvânt și al liderului în criza publică	prezentări în	2h
7. Canale și instrumente de comunicare în situații de criză	power-point pentru	2h
8. Mass-media tradițională și digitală în amplificarea sau soluționarea crizelor	stimularea exercițiului reflexiv	2h
9. Rețelele sociale și dinamica viralizării în situații critice		2h
10. Retorica și limbajul în discursurile de criză		2h
11. Etica și responsabilitatea în comunicarea de criză		2h
12. Criza de imagine: cauze, consecințe și redresare		2h
13. Managementul reputației în contexte de incertitudine		2h
14. Studii de caz: crize instituționale, politice, de brand, din sfera sănătății publice		2h
Beciu, Camelia, <i>Sociologia comunicării și a opiniei publice</i>, Editura Polirom, Iași, 2009. Chelcea, Septimiu, <i>Opinia publică: strategii de investigare și manipulare</i>, Editura Economică, București, 2006. Coman, Mihai, <i>Introducere în sistemul mass-media</i>, Editura Polirom, Iași, 2007. Coombs, W. Timothy, <i>Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding</i>, 5th ed., SAGE Publications, Thousand Oaks, 2021. David, Sorin, <i>Strategii de comunicare în spațiul public. Teorie și practică</i>, Editura Tritonic, București, 2019. Dinu, Mărioara, <i>Criza și comunicarea organizațională</i>, Editura Comunicare.ro, București, 2017. Drăgan, Ioan, <i>Paradigme ale comunicării în mass-media</i>, Editura Comunicare.ro, București, 2007. Fearn-Banks, Kathleen, <i>Crisis Communications: A Casebook Approach</i>, Routledge, New York, 2016. Heath, Robert L. (ed.), <i>Handbook of Crisis Communication</i>, Wiley-Blackwell, Oxford, 2010. Lăzăroiu, George, <i>Managementul comunicării și imaginea publică în situații de criză</i>, Editura Tritonic, București, 2014. Mitroff, Ian I., <i>Crisis Leadership: Planning for the Unthinkable</i>, Wiley, New Jersey, 2004. Nicolescu, Liliana, <i>Imaginea instituțională în comunicarea de criză</i>, Editura Universității din București, 2015. Sasu, Andreea, <i>Comunicare strategică în situații de criză</i>, Editura Polirom, Iași, 2020. Seeger, Matthew W., Sellnow, Timothy L., Ulmer, Robert R., <i>Effective Crisis Communication: Moving from Crisis to Opportunity</i>, 4th ed., SAGE, Thousand Oaks, 2022.		
8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Analiza unui discurs public dintr-o situație de criză reală	conversația euristică,	2h
2. Simulare: conferință de presă în timpul unei crize (roluri: oficial, jurnalist, cetățean)	explicația,	2h
3. Redactarea unui comunicat oficial în caz de criză organizațională	exercițiul,	2h
4. Studiu de caz: comunicarea în criza COVID-19 (națională și internațională)	obsevația, munca independentă,	2h
5. Identificarea erorilor într-un plan de comunicare de criză	activitate pe grupe,	2h
6. Exercițiu: creare de mesaje pentru rețele sociale în timpul unei crize	problematizarea;	2h
7. Simulare: gestionarea unei crize reputaționale în online	investigația;	2h

8. Analiza comparativă a strategiilor de criză ale două organizații concurente	referatul; proiectul; portofoliul; autoevaluarea	2h
9. Construirea unui plan de comunicare de criză pentru o instituție publică		2h
10. Evaluarea post-criză: monitorizare, feedback și învățare organizațională		2h
11. Retorica persuasiunii în mesajele de calmare a publicului		2h
12. Exercițiu de fact-checking: știri false și dezinformare în context de criză		2h
13. Analiza vizuală a campaniilor media realizate în contexte de urgență		2h
14. Elaborarea unei strategii de comunicare integrată pentru o criză simulată		2h
Beciu, Camelia, <i>Sociologia comunicării și a opiniei publice</i>, Editura Polirom, Iași, 2009. Chelcea, Septimiu, <i>Opinia publică: strategii de investigare și manipulare</i>, Editura Economică, București, 2006. Coman, Mihai, <i>Introducere în sistemul mass-media</i>, Editura Polirom, Iași, 2007. Coombs, W. Timothy, <i>Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding</i>, 5th ed., SAGE Publications, Thousand Oaks, 2021. David, Sorin, <i>Strategii de comunicare în spațiul public. Teorie și practică</i>, Editura Tritonic, București, 2019. Dinu, Mărioara, <i>Criza și comunicarea organizațională</i>, Editura Comunicare.ro, București, 2017. Drăgan, Ioan, <i>Paradigme ale comunicării în mass-media</i>, Editura Comunicare.ro, București, 2007. Fearn-Banks, Kathleen, <i>Crisis Communications: A Casebook Approach</i>, Routledge, New York, 2016. Heath, Robert L. (ed.), <i>Handbook of Crisis Communication</i>, Wiley-Blackwell, Oxford, 2010. Lăzăroiu, George, <i>Managementul comunicării și imaginea publică în situații de criză</i>, Editura Tritonic, București, 2014. Mitroff, Ian I., <i>Crisis Leadership: Planning for the Unthinkable</i>, Wiley, New Jersey, 2004. Nicolescu, Liliana, <i>Imaginea instituțională în comunicarea de criză</i>, Editura Universității din București, 2015. Sasu, Andreea, <i>Comunicare strategică în situații de criză</i>, Editura Polirom, Iași, 2020. Seeger, Matthew W., Sellnow, Timothy L., Ulmer, Robert R., <i>Effective Crisis Communication: Moving from Crisis to Opportunity</i>, 4th ed., SAGE, Thousand Oaks, 2022.		

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 40%
	- Manifestări atitudinale	- Participare activă, conștiinciozitate, interes	10%

		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:

19.09.2025

Semnătura titularului de curs:

Conf. dr. Ionel Apostolatu

Semnătura titularului de seminar:

Lect. dr. Loredana Buzoianu

Data avizării în catedră:

15.09.2025

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 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	Jurnalism

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Comunicare de criză						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf. dr. Ionel Apostolatu						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. dr. Loredana Buzoianu						
2.4 Anul de studiu	III	2.5 Semestrul	2	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	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					44
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					15
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					15
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					12
Tutoriat					
Examinări					2
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual		44			
3.9 Total ore pe semestru		100			
3. 10 Numărul de credite		4			

x

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	
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

Competențe profesionale	CP1. Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării; CP2. Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC); CP3. Înțelegerea diferitelor tipuri de audiență/public implicate în comunicare; CP4. Managementul informației de presă; CP5. Identificarea și utilizarea elementelor specifice de deontologie și de responsabilitate socială a jurnalistului; CP6. Producția unui conținut jurnalistic (text, video, audio și foto) pentru toate tipurile de media.
Competențe transversale	CT1. Rezolvarea în mod realist cu argumentare atât teoretică, cât și practică a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora; CT2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipă multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice; CT3. Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și al adaptării la cerințele pieței muncii.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Obiectivul general al disciplinei Comunicare de criză este formarea competențelor teoretice și aplicative necesare înțelegerii, anticipării și gestionării situațiilor de criză în spațiul public, organizațional și mediatic. Prin aprofundarea strategiilor de comunicare, a etapelor procesului decizional și a rolului mass-media în momente de tensiune socială sau instituțională, disciplina urmărește dezvoltarea capacității de reacție rapidă, adaptabilitate și responsabilitate profesională în contexte critice.
7.2 Obiectivele specifice	Obiective cognitive • Înțelegerea conceptului de criză și a tipologiilor de criză în spațiul public și organizațional. • Identificarea etapelor comunicării în situații de criză. • Cunoașterea modelelor și teoriilor relevante în managementul crizei de imagine. • Explicarea rolului mass-mediei și al rețelelor sociale în diseminarea informației în timpul crizei. • Distincția dintre comunicarea proactivă și reactivă în contextul gestionării crizelor. • Analiza discursurilor publice și instituționale din perioade de criză. • Recunoașterea erorilor frecvente în comunicarea de criză. • Înțelegerea principiilor etice aplicabile în comunicarea de criză. Obiective procedurale • Aplicarea modelelor de gestionare a crizei în simulări și studii de caz. • Redactarea unui plan de comunicare de criză pentru o organizație ipotetică. • Formularea de mesaje clare, coerente și adecvate publicului țintă în momente de criză. • Utilizarea canalelor media potrivite în funcție de specificul și faza crizei. • Evaluarea eficienței strategiilor de comunicare în situații de criză reală sau simulată. • Implementarea de scenarii de prevenție și comunicare anticipativă. Obiective atitudinale • Asumarea unei atitudini responsabile și etice în gestionarea informației în momente de criză. • Manifestarea empatiei și a echilibrului emoțional în redactarea mesajelor sensibile. • Dezvoltarea capacității de a reacționa calm și profesionist sub presiunea publică.

	• Acceptarea importanței transparenței și veridicității în comunicarea oficială. • Cultivarea unei perspective critice asupra manipulării și dezinformării în contexte de criză. • Încurajarea colaborării în echipă pentru gestionarea eficientă a comunicării de criză.
--	---

8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Elemente de psihologie a comunicării în situații de criză	prelegerea,	2h
2. Managementul riscului vs. managementul crizei	conversația	2h
3. Liderul în criză – comportament și discurs	euristică,	2h
4. Strategii de persuasiune și calmare a publicului	dezbateră,	2h
5. Crize provocate de fake news și dezinformare	explicația,	2h
6. Relația autorității–cetățeni în comunicarea de criză	observația;	2h
7. Rolul emoțiilor colective în răspunsul la criză	prezentări în	2h
8. Transparența și încrederea în timpul unei crize	power-point pentru	2h
9. Teoria framingului aplicată în context de criză	stimularea	2h
10. Strategii de evitare a panicii colective	exercițiului reflexiv	2h
11. Monitorizarea online și detecția timpurie a crizelor		2h
12. Diferențe culturale în comunicarea de criză		2h
13. Crize de imagine în context academic, sportiv, politic		2h
14. Rolul influencerilor în amplificarea sau detensionarea crizelor		2h
Beciu, Camelia, <i>Sociologia comunicării și a opiniei publice</i>, Editura Polirom, Iași, 2009. Chelcea, Septimiu, <i>Opinia publică: strategii de investigare și manipulare</i>, Editura Economică, București, 2006. Coman, Mihai, <i>Introducere în sistemul mass-media</i>, Editura Polirom, Iași, 2007. Coombs, W. Timothy, <i>Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding</i>, 5th ed., SAGE Publications, Thousand Oaks, 2021. David, Sorin, <i>Strategii de comunicare în spațiul public. Teorie și practică</i>, Editura Tritonic, București, 2019. Dinu, Mărioara, <i>Criza și comunicarea organizațională</i>, Editura Comunicare.ro, București, 2017. Drăgan, Ioan, <i>Paradigme ale comunicării în mass-media</i>, Editura Comunicare.ro, București, 2007. Fearn-Banks, Kathleen, <i>Crisis Communications: A Casebook Approach</i>, Routledge, New York, 2016. Heath, Robert L. (ed.), <i>Handbook of Crisis Communication</i>, Wiley-Blackwell, Oxford, 2010. Lăzăroiu, George, <i>Managementul comunicării și imaginea publică în situații de criză</i>, Editura Tritonic, București, 2014. Mitroff, Ian I., <i>Crisis Leadership: Planning for the Unthinkable</i>, Wiley, New Jersey, 2004. Nicolescu, Liliana, <i>Imaginea instituțională în comunicarea de criză</i>, Editura Universității din București, 2015. Sasu, Andreea, <i>Comunicare strategică în situații de criză</i>, Editura Polirom, Iași, 2020. Seeger, Matthew W., Sellnow, Timothy L., Ulmer, Robert R., <i>Effective Crisis Communication: Moving from Crisis to Opportunity</i>, 4th ed., SAGE, Thousand Oaks, 2022.		
8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Studiu de caz: criza COVID-19 – analiza comunicării oficiale	conversația	2h
2. Evaluarea eficienței campaniilor de comunicare în criză	euristică,	2h
3. Simulare de intervenție publică a unui lider în criză	explicația,	2h
4. Crearea unei campanii de reconstrucție post-criză	exercițiul,	2h
5. Analiza comentariilor din social media în timpul unei crize	observația, munca	2h
6. Dezbateri: câtă transparență e utilă în comunicarea de criză?	independentă,	2h
7. Exercițiu de redactare a unui Q&A pentru jurnaliști	activitate pe grupe,	2h
8. Joc de rol: consilierul de criză al unei companii sub presiune	problematizarea;	2h
9. Crearea unui infografic explicativ pentru o situație de risc	investigația;	2h
10. Analiza vizuală: cum arată mesajul unei crize eficiente?	referatul; proiectul;	2h
11. Exercițiu de reformulare a unui mesaj prost gestionat	portofoliul;	2h
12. Atelier: podcast pe tema unui caz celebru de criză	autoevaluarea	2h
13. Storyboard pentru o campanie video de criză		2h

14. Exercițiu: briefing rapid pentru comunicarea în primele 30 de minute după izbucnirea unei crize		2h
Beciu, Camelia, <i>Sociologia comunicării și a opiniei publice</i>, Editura Polirom, Iași, 2009. Chelcea, Septimiu, <i>Opinia publică: strategii de investigare și manipulare</i>, Editura Economică, București, 2006. Coman, Mihai, <i>Introducere în sistemul mass-media</i>, Editura Polirom, Iași, 2007. Coombs, W. Timothy, <i>Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding</i>, 5th ed., SAGE Publications, Thousand Oaks, 2021. David, Sorin, <i>Strategii de comunicare în spațiul public. Teorie și practică</i>, Editura Tritonic, București, 2019. Dinu, Mărioara, <i>Criza și comunicarea organizațională</i>, Editura Comunicare.ro, București, 2017. Drăgan, Ioan, <i>Paradigme ale comunicării în mass-media</i>, Editura Comunicare.ro, București, 2007. Fearn-Banks, Kathleen, <i>Crisis Communications: A Casebook Approach</i>, Routledge, New York, 2016. Heath, Robert L. (ed.), <i>Handbook of Crisis Communication</i>, Wiley-Blackwell, Oxford, 2010. Lăzăroiu, George, <i>Managementul comunicării și imaginea publică în situații de criză</i>, Editura Tritonic, București, 2014. Mitroff, Ian I., <i>Crisis Leadership: Planning for the Unthinkable</i>, Wiley, New Jersey, 2004. Nicolescu, Liliana, <i>Imaginea instituțională în comunicarea de criză</i>, Editura Universității din București, 2015. Sasu, Andreea, <i>Comunicare strategică în situații de criză</i>, Editura Polirom, Iași, 2020. Seeger, Matthew W., Sellnow, Timothy L., Ulmer, Robert R., <i>Effective Crisis Communication: Moving from Crisis to Opportunity</i>, 4th ed., SAGE, Thousand Oaks, 2022.		

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 40%
	- Manifestări atitudinale	- Participare activă, conștiinciozitate, interes pentru studiul individual și în grup	10%
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:

Semnătura titularului de curs:
Conf. dr. Ionel Apostolatu

Semnătura titularului de seminar:
Lect. dr. Loredana Buzoianu

19.09.2025

Data avizării în catedră:
15.09.2025

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	Licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	Jurnalism

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Faptul divers						
2.2 Titularul activităților de curs	Lect. dr. Laurențiu Ichim						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. dr. Laurențiu Ichim						
2.4 Anul de studiu	III	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	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					44
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					10
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					12
Tutoriat					
Examinări					2
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual		44			
3.9 Total ore pe semestru		100			
3.10 Numărul de credite		4			

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	
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, - 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

Competențe profesionale	CP1. Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării; CP2. Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC); CP3. Înțelegerea diferitelor tipuri de audiență/public implicate în comunicare; CP4. Managementul informației de presă; CP5. Identificarea și utilizarea elementelor specifice de deontologie și de responsabilitate socială a jurnalistului; CP6. Producția unui conținut jurnalistic (text, video, audio și foto) pentru toate tipurile de media.
Competențe transversale	CT1. Rezolvarea în mod realist cu argumentare atât teoretică, cât și practică a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora; CT2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipă multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice; CT3. Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și al adaptării la cerințele pieței muncii.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Obiectivul general al disciplinei Faptul divers este de a familiariza studentul cu specificul, structura și funcțiile faptului divers în mass-media, dezvoltând totodată competențele de identificare, redactare și contextualizare a acestuia în spațiul publicistic. Disciplina urmărește aprofundarea elementelor de conținut și formă specifice genului, precum și înțelegerea impactului faptului divers asupra opiniei publice și asupra imaginii instituțiilor. De asemenea, disciplina își propune să formeze capacitatea de analiză critică a modului în care faptele diverse sunt tratate în mass-media, precum și abilități practice de construire a unor materiale jurnalistice atractive, responsabile și relevante pentru nevoile publicului larg.
7.2 Obiectivele specifice	Obiective cognitive • Recunoașterea caracteristicilor definitorii ale faptului divers ca gen jurnalistic; • Identificarea tipologiilor faptului divers în funcție de sursă, tematică și canal media; • Distincția între relatarea faptelor și interpretarea lor în structura unui articol de tip fapt divers; • Definirea criteriilor de actualitate, spectaculozitate și interes public în selectarea subiectelor; • Înțelegerea mecanismelor de construcție narativă și stilistică ale faptului divers; • Analiza impactului social și simbolic al faptului divers asupra publicului; • Explicarea rolului faptului divers în modelarea agendei media și a percepțiilor colective; • Compararea abordărilor locale și internaționale asupra faptelor diverse, în funcție de contextul cultural. Obiective procedurale • Aplicarea regulilor de redactare pentru structurarea clară a unui articol de tip fapt divers; • Selectarea și evaluarea informațiilor relevante din surse diverse pentru relatarea unui fapt divers; • Redactarea de texte jurnalistice scurte, cu caracter informativ și impact emoțional; • Utilizarea tehnicilor de titrare specifice genului pentru captarea atenției publicului; • Adaptarea stilului și tonului redactării la specificul publicului țintă și al canalului media;

	- Documentarea faptelor cu respectarea normelor etice și deontologice ale profesiei jurnalistice. Obiective atitudinale - Manifestarea responsabilității în tratarea faptelor sensibile și cu potențial traumatizant; - Respectarea dreptului la intimitate și la imagine al persoanelor implicate; - Adoptarea unei atitudini critice față de senzaționalism și manipulare în relatarea faptului divers; - Dezvoltarea interesului pentru înțelegerea contextului social al subiectelor abordate; - Cultivarea empatiei și echilibrului în formularea mesajelor jurnalistice; - Încurajarea reflecției etice asupra rolului jurnalistului în construirea realității sociale.
--	--

8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Definirea faptului divers – între informație, divertisment și emoție	prelegerea,	2h
2. Genurile jurnalistice: locul și statutul faptului divers	conversația	2h
3. Structura narativă a faptului divers: titlu, lead, corpul textului	euristică,	2h
4. Tipologii ale faptului divers: accidente, crime, fenomene naturale, cazuri insolite	dezbaterea,	2h
5. Criterii de actualitate și spectaculozitate în selecția subiectelor	explicația,	2h
6. Faptul divers în presa scrisă, audio și online – specificități de redare	observația;	2h
7. Elemente de stil și limbaj în redactarea faptului divers	prezentări în	2h
8. Faptul divers și etica jurnalică: limite, riscuri, responsabilități	power-point pentru	2h
9. Impactul faptului divers asupra publicului și asupra agendei media	stimularea	2h
10. Relația dintre fapt divers și senzaționalism	exercițiului reflexiv	2h
11. Faptul divers și stereotipurile culturale, sociale și de gen		2h
12. Tehnici de titrare și utilizarea limbajului sugestiv		2h
13. Faptul divers în presa tabloidă vs. presa de calitate		2h
14. Evoluția faptului divers în era digitală și pe rețelele sociale		2h
Bălășescu, Mădălina, <i>Manual de producție în televiziune</i>, Iași, Editura Polirom, 2003. Bîlbîie, Răduț, <i>Dicționarul jurnalistului de radio</i>, București, Editura Tritonic, 2004. Coman, Mihai, <i>Introducere în sistemul mass-media</i>, Iași, Editura Polirom, 2007. Coman, Mihai, <i>Manual de jurnalism. Tehnici fundamentale de redactare</i>, Iași, Editura Polirom, vol. I-II, 2009. Hartley, John, <i>Discursul știrilor</i>, Iași, Editura Polirom, 1999. Preda, Sorin, <i>Tehnici de redactare în presa scrisă</i>, Iași, Editura Polirom, 2006. Randall, David, <i>Jurnalistul universal – Ghid practic pentru presa scrisă</i>, Iași, Editura Polirom, 1998. Udroiu, Neagu, <i>Angroșiști în piața informației</i>, București, Editura Niculescu, 1999. Popescu, Cristian Florin, <i>Dicționar de jurnalism, relații publice și publicitate</i>, București, Editura Tritonic, 2002. Popa, Dorin, <i>Mass-media, astăzi</i>, Iași, Editura Institutul European, 2002. Bakenhus, Norbert, <i>Radioul local: Ghid practic pentru jurnaliști</i>, Iași, Editura Polirom, 1998. Coman, Mihai, <i>Manual de jurnalism. Genuri jurnalistice</i>, ed. a II-a revăzută, Iași, Editura Polirom, 2002. Popescu, Florin Cristian, <i>Manual de jurnalism</i>, vol. II, București, Editura Tritonic, 2003–2004, pp. 10–77 și 183–218. Toma, Mihai Coman (coord.), <i>Tehnici de redactare în jurnalismul de azi</i>, Iași, Editura Polirom, 2004. Ștefănescu, Camelia, <i>Limbajul presei scrise</i>, București, Editura Tritonic, 2010.		
8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Analiza comparativă a faptului divers în două cotidiane naționale	conversația	2h
2. Exerciții de identificare a faptului divers în jurnalele de știri TV	euristică,	2h
3. Rescrierea unui fapt divers într-un stil neutru versus stil tabloid	explicația,	2h
4. Elaborarea unui articol de fapt divers pe baza unui comunicat de presă	exercițiul,	2h
5. Corectarea și editarea unui text de fapt divers cu erori de redactare	obsevația, munca	2h

6. Redactarea unui titlu și a unui lead atractiv pentru un fapt divers real	independentă, activitate pe grupe, problematizarea; investigația; referatul; proiectul; portofoliul; autoevaluarea	2h
7. Exerciții de documentare online pentru subiecte de fapt divers		2h
8. Realizarea unui dosar tematic cu fapte diverse pe o temă aleasă		2h
9. Analiza critică a modului de tratare a faptului divers în presa locală		2h
10. Simularea unei conferințe de presă în urma unui fapt divers		2h
11. Evaluarea gradului de senzaționalism dintr-un articol de fapt divers		2h
12. Realizarea unui material multimedia (text + imagine) pentru un site de știri		2h
13. Exercițiu de redactare a unui fapt divers în format audio (pentru radio)		2h
14. Prezentarea orală a unui subiect de fapt divers, cu justificarea alegerii și a surselor		2h
Bălășescu, Mădălina, <i>Manual de producție în televiziune</i>, Iași, Editura Polirom, 2003. Bîlbîie, Răduț, <i>Dicționarul jurnalistului de radio</i>, București, Editura Tritonic, 2004. Coman, Mihai, <i>Introducere în sistemul mass-media</i>, Iași, Editura Polirom, 2007. Coman, Mihai, <i>Manual de jurnalism. Tehnici fundamentale de redactare</i>, Iași, Editura Polirom, vol. I–II, 2009. Hartley, John, <i>Discursul știrilor</i>, Iași, Editura Polirom, 1999. Preda, Sorin, <i>Tehnici de redactare în presa scrisă</i>, Iași, Editura Polirom, 2006. Randall, David, <i>Jurnalistul universal – Ghid practic pentru presa scrisă</i>, Iași, Editura Polirom, 1998. Udroiu, Neagu, <i>Angroșiști în piața informației</i>, București, Editura Niculescu, 1999. Popescu, Cristian Florin, <i>Dicționar de jurnalism, relații publice și publicitate</i>, București, Editura Tritonic, 2002. Popa, Dorin, <i>Mass-media, astăzi</i>, Iași, Editura Institutul European, 2002. Bakenhus, Norbert, <i>Radioul local: Ghid practic pentru jurnaliști</i>, Iași, Editura Polirom, 1998. Coman, Mihai, <i>Manual de jurnalism. Genuri jurnalistice</i>, ed. a II-a revăzută, Iași, Editura Polirom, 2002. Popescu, Florin Cristian, <i>Manual de jurnalism</i>, vol. II, București, Editura Tritonic, 2003–2004, pp. 10–77 și 183–218. Toma, Mihai Coman (coord.), <i>Tehnici de redactare în jurnalismul de azi</i>, Iași, Editura Polirom, 2004. Ștefănescu, Camelia, <i>Limbajul presei scrise</i>, București, Editura Tritonic, 2010.		

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 (verificare)	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 40%
	- Manifestări atitudinale	- Participare activă, conștiinciozitate, interes pentru studiul individual și în grup	10%

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:

19.09.2025

Semnătura titularului de curs:

Lect. dr. Laurențiu Ichim

Semnătura titularului de seminar:

Lect. dr. Laurențiu Ichim

Data avizării în catedră:

15.09.2025

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	Licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	Jurnalism

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Faptul divers						
2.2 Titularul activităților de curs	Lect. dr. Laurențiu Ichim						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. dr. Laurențiu Ichim						
2.4 Anul de studiu	III	2.5 Semestrul	2	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	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					44
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					10
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					12
Tutoriat					
Examinări					2
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual		44			
3.9 Total ore pe semestru		100			
3.10 Numărul de credite		4			

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	
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) - 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

Competențe profesionale	CP1. Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării; CP2. Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC); CP3. Înțelegerea diferitelor tipuri de audiență/public implicate în comunicare; CP4. Managementul informației de presă; CP5. Identificarea și utilizarea elementelor specifice de deontologie și de responsabilitate socială a jurnalistului; CP6. Producția unui conținut jurnalistic (text, video, audio și foto) pentru toate tipurile de media.
Competențe transversale	CT1. Rezolvarea în mod realist cu argumentare atât teoretică, cât și practică a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora; CT2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipă multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice; CT3. Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și al adaptării la cerințele pieței muncii.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Obiectivul general al disciplinei Faptul divers este de a familiariza studentul cu specificul, structura și funcțiile faptului divers în mass-media, dezvoltând totodată competențele de identificare, redactare și contextualizare a acestuia în spațiul publicistic. Disciplina urmărește aprofundarea elementelor de conținut și formă specifice genului, precum și înțelegerea impactului faptului divers asupra opiniei publice și asupra imaginii instituțiilor. De asemenea, disciplina își propune să formeze capacitatea de analiză critică a modului în care faptele diverse sunt tratate în mass-media, precum și abilități practice de construire a unor materiale jurnalistice atractive, responsabile și relevante pentru nevoile publicului larg.
7.2 Obiectivele specifice	Obiective cognitive • Recunoașterea caracteristicilor definitorii ale faptului divers ca gen jurnalistic; • Identificarea tipologiilor faptului divers în funcție de sursă, tematică și canal media; • Distincția între relatarea faptelor și interpretarea lor în structura unui articol de tip fapt divers; • Definirea criteriilor de actualitate, spectaculozitate și interes public în selectarea subiectelor; • Înțelegerea mecanismelor de construcție narativă și stilistică ale faptului divers; • Analiza impactului social și simbolic al faptului divers asupra publicului; • Explicarea rolului faptului divers în modelarea agendei media și a percepțiilor colective; • Compararea abordărilor locale și internaționale asupra faptelor diverse, în funcție de contextul cultural. Obiective procedurale • Aplicarea regulilor de redactare pentru structurarea clară a unui articol de tip fapt divers; • Selectarea și evaluarea informațiilor relevante din surse diverse pentru relatarea unui fapt divers; • Redactarea de texte jurnalistice scurte, cu caracter informativ și impact emoțional; • Utilizarea tehnicilor de titrare specifice genului pentru captarea atenției publicului; • Adaptarea stilului și tonului redactării la specificul publicului țintă și al canalului media;

	- Documentarea faptelor cu respectarea normelor etice și deontologice ale profesiei jurnalistice. Obiective atitudinale - Manifestarea responsabilității în tratarea faptelor sensibile și cu potențial traumatizant; - Respectarea dreptului la intimitate și la imagine al persoanelor implicate; - Adoptarea unei atitudini critice față de senzaționalism și manipulare în relatarea faptului divers; - Dezvoltarea interesului pentru înțelegerea contextului social al subiectelor abordate; - Cultivarea empatiei și echilibrului în formularea mesajelor jurnalistice; - Încurajarea reflecției etice asupra rolului jurnalistului în construirea realității sociale.
--	--

8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Definirea și delimitarea faptului divers în jurnalism	prelegerea,	2h
2. Istoria faptului divers: de la foi volante la clickbait	conversația	2h
3. Taxonomia subiectelor: accidente, crime, catastrofe, bizarerii	euristică,	2h
4. Faptul divers vs. știrea de interes public: diferențe de fond	dezbaterea,	2h
5. Retorica senzaționalului: titluri, hiperbole, suspans	explicația,	2h
6. Emotional appeal și storytelling în relatarea de fapt divers	observația;	2h
7. Sursele și documentarea în cazurile de fapt divers	prezentări în	2h
8. Manipularea prin selecția faptelor și limbajul afectiv	power-point pentru	2h
9. Responsabilitatea jurnalistului în tratarea subiectelor sensibile	stimularea	2h
10. Etica relatării despre victime și trauma narativă	exercițiului reflexiv	2h
11. Relația dintre fapt divers și stereotipuri sociale		2h
12. Rețelele sociale și viralizarea faptului divers		2h
13. Reprezentarea minorităților în știrile de fapt divers		2h
14. Rolul fotojurnalismului în amplificarea faptului divers		2h
Bălășescu, Mădălina, <i>Manual de producție în televiziune</i>, Iași, Editura Polirom, 2003. Bîlbîie, Răduț, <i>Dicționarul jurnalistului de radio</i>, București, Editura Tritonic, 2004. Coman, Mihai, <i>Introducere în sistemul mass-media</i>, Iași, Editura Polirom, 2007. Coman, Mihai, <i>Manual de jurnalism. Tehnici fundamentale de redactare</i>, Iași, Editura Polirom, vol. I–II, 2009. Hartley, John, <i>Discursul știrilor</i>, Iași, Editura Polirom, 1999. Preda, Sorin, <i>Tehnici de redactare în presa scrisă</i>, Iași, Editura Polirom, 2006. Randall, David, <i>Jurnalistul universal – Ghid practic pentru presa scrisă</i>, Iași, Editura Polirom, 1998. Udroiu, Neagu, <i>Angroșiști în piața informației</i>, București, Editura Niculescu, 1999. Popescu, Cristian Florin, <i>Dicționar de jurnalism, relații publice și publicitate</i>, București, Editura Tritonic, 2002. Popa, Dorin, <i>Mass-media, astăzi</i>, Iași, Editura Institutul European, 2002. Bakenhus, Norbert, <i>Radioul local: Ghid practic pentru jurnaliști</i>, Iași, Editura Polirom, 1998. Coman, Mihai, <i>Manual de jurnalism. Genuri jurnalistice</i>, ed. a II-a revăzută, Iași, Editura Polirom, 2002. Popescu, Florin Cristian, <i>Manual de jurnalism</i>, vol. II, București, Editura Tritonic, 2003–2004, pp. 10–77 și 183–218. Toma, Mihai Coman (coord.), <i>Tehnici de redactare în jurnalismul de azi</i>, Iași, Editura Polirom, 2004. Ștefănescu, Camelia, <i>Limbajul presei scrise</i>, București, Editura Tritonic, 2010.		
8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Analiza comparativă a aceluiași subiect de fapt divers în publicații diferite	conversația	2h
2. Exercițiu: rescrierea unei știri de fapt divers într-un ton neutru	euristică,	2h
3. Deconstrucția titlurilor senzaționaliste – atelier practic	explicația,	2h
4. Studiu de caz: un caz celebru de fapt divers din presa românească	exercițiul,	2h
	obsevația, munca	2h

5. Atelier de analiză vizuală: impactul fotografiei în relatarea faptului divers	independentă, activitate pe grupe, problematizarea; investigația; referatul; proiectul; portofoliul; autoevaluarea	2h
6. Exercițiu: reconstruirea unui fapt divers plecând de la o fotografie		2h
7. Identificarea prejudecăților în articole de fapt divers		2h
8. Analiza discursului despre victime: umanizare vs. instrumentalizare		2h
9. Redactarea unei știri scurte despre un incident real fără senzationalism		2h
10. Simulare de reacție editorială la un caz controversat		2h
11. Fapt divers sau interes public? Dezbateri cu argumente		2h
12. Brainstorming: de ce se viralizează mai ușor știrile despre accidente, crime sau mistere?		2h
13. Exercițiu de documentare a unui fapt divers real și verificarea surselor		2h
14. Elaborarea unei rubrici de „mic jurnalism civic” ca alternativă la faptul divers		2h

Bălășescu, Mădălina, *Manual de producție în televiziune*, Iași, Editura Polirom, 2003.
Bîlbîie, Răduț, *Dicționarul jurnalistului de radio*, București, Editura Tritonic, 2004.
Coman, Mihai, *Introducere în sistemul mass-media*, Iași, Editura Polirom, 2007.
Coman, Mihai, *Manual de jurnalism. Tehnici fundamentale de redactare*, Iași, Editura Polirom, vol. I–II, 2009.
Hartley, John, *Discursul știrilor*, Iași, Editura Polirom, 1999.
Preda, Sorin, *Tehnici de redactare în presa scrisă*, Iași, Editura Polirom, 2006.
Randall, David, *Jurnalistul universal – Ghid practic pentru presa scrisă*, Iași, Editura Polirom, 1998.
Udroiu, Neagu, *Angroșiști în piața informației*, București, Editura Niculescu, 1999.
Popescu, Cristian Florin, *Dicționar de jurnalism, relații publice și publicitate*, București, Editura Tritonic, 2002.
Popa, Dorin, *Mass-media, astăzi*, Iași, Editura Institutul European, 2002.
Bakkenhus, Norbert, *Radioul local: Ghid practic pentru jurnaliști*, Iași, Editura Polirom, 1998.
Coman, Mihai, *Manual de jurnalism. Genuri jurnalistice*, ed. a II-a revăzută, Iași, Editura Polirom, 2002.
Popescu, Florin Cristian, *Manual de jurnalism*, vol. II, București, Editura Tritonic, 2003–2004, pp. 10–77 și 183–218.
Toma, Mihai Coman (coord.), *Tehnici de redactare în jurnalismul de azi*, Iași, Editura Polirom, 2004.
Ștefănescu, Camelia, *Limbaajul presei scrise*, București, Editura Tritonic, 2010.

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 (verificare)	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 40%
	- Manifestări atitudinale	- Participare activă, conștiinciozitate, interes	10%

		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:

19.09.2025

Semnătura titularului de curs:

Lect. dr. Laurențiu Ichim

Semnătura titularului de seminar:

Lect. dr. Laurențiu Ichim

Data avizării în catedră:

15.09.2025

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	Licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	JURNALISM

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	ADMINISTRAȚIA PUBLICĂ ȘI MASS-MEDIA						
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	III	2.5 Semestrul	I	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	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					44
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					15
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					15
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					10
Tutoriat					2
Examinări					2
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual	44				
3.9 Total ore pe semestru	100				
3. 10 Numărul de credite	4				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	
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 - 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 - 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

Competențe profesionale	CP1 Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării. CP2 Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC). CP3 Înțelegerea diferitelor tipuri de audiență/public implicate în comunicare. CP4 Managementul informației de presă. CP5 Identificarea și utilizarea elementelor specifice de deontologie și de responsabilitate socială a jurnalistului. CP6 Producția unui conținut jurnalistic (text, video, audio și foto) pentru toate tipurile de media.
Competențe transversale	CT1 Rezolvarea în mod realist – cu argumentare atât teoretică, cât și practică – a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora. CT2 Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipă multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice. CT3 Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și al adaptării la cerințele pieței muncii.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Obiectivul general al disciplinei Administrația publică și mass-media este de a oferi studenților o înțelegere aprofundată a mecanismelor care stau la baza relației dintre mass-media și administrația publică.
7.2 Obiectivele specifice	Obiective cognitive - Definește conceptele cheie privind sistemul mass-media și administrația publică. - Înțelege rolul presei în formarea opiniei publice și în funcționarea democratică a societății. - Identifică sursele credibile de informare din sfera administrației publice. - Recunoaște mecanismele de influențare și manipulare a informației în mass-media. - Înțelege impactul economic, politic și cultural al presei asupra societății contemporane. - Recunoaște diferențele dintre presa tradițională și noile forme de jurnalism online în acoperirea actualității. Obiective procedurale - Selectează și sintetizează informații relevante din sursele oficiale. - Monitorizează presa scrisă, audiovizuală și online pentru identificarea temelor dominante ale actualității. - Utilizează instrumente digitale și baze de date jurnalistice pentru documentare. - Analizează modul în care diverse instituții media reflectă evenimentele din perspective diferite. - Aplică criterii de selecție și ierarhizare a informațiilor în funcție de relevanță, actualitate și impact. Obiective atitudinale - Adoptă o atitudine critică și reflexivă față de mesajele jurnalistice. - Manifestă interes și curiozitate constantă față de evenimentele curente și sursele jurnalistice relevante din sfera administrației publice. - Respectă principiile etice ale jurnalismului și încurajează difuzarea responsabilă a informației. - Promovează un comportament profesionist în raportarea obiectivă și echilibrată a realității. - Promovează o atitudine reflexivă în raport cu influențele exercitate asupra sistemului mass-media.

8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Noțiuni introductive. Administrația publică centrală vs. administrația publică locală	prelegerea, conversația euristică, dezbateră, explicația, observația; prezentări power-point pentru stimularea exercițiului reflexiv	2 h
2. Administrația publică centrală. Rolul și atribuțiile Președintelui, Parlamentului și Guvernului		2 h
3. Administrația publică locală – descentralizarea și organizarea administrativ-teritorială		2 h
4. Primarul, Consiliul Local, Consiliul Județean – mandat, rol și atribuții		2 h
5. Drepturile și obligațiile aleșilor		2 h
6. Prefectul și serviciile publice deconcentrate ale ministerelor		2 h
7. Politica și administrația publică. Influențe și constrângeri		2 h
8. Relații internaționale: instituții, atribuții, competențe		2 h
9. Resurse umane, financiare și materiale în administrația publică		2 h
10. Managementul achizițiilor publice		2 h
11. Lobby vs. trafic de influență		2 h
12. Comunicare publică și protocol în administrația publică		2 h
13. Transparența decizională și liberul acces la informații de interes public		2 h
14. Etică și integritate în administrație		2 h
Bibliografie Alexandru, Ioan, <i>Teoria administrației</i> , Editura Economică, București, 2001 Beciu, Camelia., <i>Politica discursivă. Practici politice într-o campanie electorală</i> , Polirom, Iași, 2000. Bertrand, C., J., coord., <i>O introducere în presa scrisă și vorbită</i> , Polirom, Iași, 2000. Chiriță, Elena, <i>Relații internaționale și diplomatie - între teorie și practică</i> , Editura Universitară, 2016 Coman, Cristina, <i>Comunicarea de criză. Tehnici și strategii</i> , Editura Polirom, 2009 Coman, Cristina, <i>Relații publice și mass-media</i> , Polirom, Iași, 2004. Constituția României, http://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocumentAfis/47355 Dagenais, Bernard, <i>Profesia de relaționist</i> , Editura Polirom, 2002. Dagenais, Bernard, <i>Campania de relații publice</i> , Editura Polirom, 2003. Gheorghiu, Iulian Romulus, <i>Știința administrației</i> , Editura Economică, București, 2005 Kunczik, M., Zipfel, A., <i>Introducere în știința publicisticii și a comunicării</i> , Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca, 1998 LEGE nr. 544/2001 privind liberul acces la informațiile de interes public, http://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/31413 Manda, Corneliu, <i>Știința administrației</i> , Editura Lumina Lex, București, 2004 McQuail, Denis, <i>Comunicarea</i> , Institutul European, Iași, 1999 Mucchielli, Alex, <i>Arta de a influența. Analiza tehnicilor de manipulare</i> , Polirom, 2002 Ordonanța de urgență nr. 57 din 3 iulie 2019 privind Codul administrativ, http://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocumentAfis/215925 Radu, Raluca-Nicoleta, <i>Deontologia comunicării publice</i> , Polirom, 2015 Ries, Al, Ries Laura, <i>Căderea advertisingului și ascensiunea PR-ului</i> , Brandbuilders Group, București, 2005 Săftoiu, Claudiu. <i>Jurnalismul politic: Manipularea politicianilor prin mas-media, manipularea mass- media de către politicieni</i> , București, Editura Trei, 2003.		
8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Seminar introductiv	conversația euristică, explicația, exercițiul, observația, munca independentă, activitate pe grupe, problematizarea; investigația; autoevaluarea.	2 h
2. Numit sau ales. Drepturi și obligații		2 h
3. Mituri despre atribuțiile Primarului		2 h
4. Reprezentarea Guvernului în teritoriu		2 h
5. Funcționarul public, o categorie privilegiată?		2 h
6. Îngrădiri ale liberului acces la informații de interes public		2 h
7. Administrația și noile tehnologii		2 h

8. Presiunea politică în administrație		2 h
9. Gestionarea resurselor		2 h
10. Achizițiile publice și „nepublice”		2 h
11. Profil de angajat în sistemul public		4 h
12. Corupția în administrația publică. Studii de caz		4 h

Bibliografie

Alexandru, Ioan, *Teoria administrației*, Editura Economică, București, 2001
Beciu, Camelia., *Politica discursivă. Practici politice într-o campanie electorală*, Polirom, Iași, 2000.
Bertrand, C., J., coord., *O introducere în presa scrisă și vorbită*, Polirom, Iași, 2000.
Chiriță, Elena, *Relații internaționale și diplomatie - între teorie și practică*, Editura Universitară, 2016
Coman, Cristina, *Comunicarea de criză. Tehnici și strategii*, Editura Polirom, 2009
Coman, Cristina, *Relații publice și mass-media*, Polirom, Iași, 2004.
Constituția României, <http://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocumentAfis/47355>
Dagenais, Bernard, *Profesia de relaționist*, Editura Polirom, 2002.
Dagenais, Bernard, *Campania de relații publice*, Editura Polirom, 2003.
Gheorghiu, Iulian Romulus, *Știința administrației*, Editura Economică, București, 2005
Kunczik, M., Zipfel, A., *Introducere în știința publicisticii și a comunicării*, Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca, 1998
LEGE nr. 544/2001 privind liberul acces la informațiile de interes public,
<http://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/31413>
Manda, Corneliu, *Știința administrației*, Editura Lumina Lex, București, 2004
McQuail, Denis, *Comunicarea*, Institutul European, Iași, 1999
Mucchielli, Alex, *Arta de a influența. Analiza tehnicilor de manipulare*, Polirom, 2002
Ordonanța de urgență nr. 57 din 3 iulie 2019 privind Codul administrativ,
<http://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocumentAfis/215925>
Radu, Raluca-Nicoleta, *Deontologia comunicării publice*, Polirom, 2015
Ries, Al, Ries Laura, *Căderea advertisingului și ascensiunea PR-ului*, Brandbuilders Group, București, 2005
Săftoiu, Claudiu. *Jurnalismul politic: Manipularea politicienilor prin mas-media, manipularea mass- media de către politicieni*, București, Editura Trei, 2003.

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	40%
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, referate, comentarii și rezumate; discuții pe teme legate de noțiunile studiate	60%
	- 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			

Data completării:

10.09.2025

Semnătura titularului de curs:

Lect. dr. Petrica Pașilea

Semnătura titularului de seminar:

Lect. dr. Petrica Pașilea

Semnătură șef catedră:

Prof. univ. dr. Simona Antofi

Data avizării în catedră:

15.09.2025

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	Licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	JURNALISM

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	ADMINISTRAȚIA PUBLICĂ ȘI MASS-MEDIA						
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	III	2.5 Semestrul	II	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	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					44
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					10
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					10
Tutoriat					2
Examinări					2
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual	44				
3.9 Total ore pe semestru	100				
3. 10 Numărul de credite	4				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	
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 - 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 - 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

Competențe profesionale	CP1 Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării. CP2 Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC). CP3 Înțelegerea diferitelor tipuri de audiență/public implicate în comunicare. CP4 Managementul informației de presă. CP5 Identificarea și utilizarea elementelor specifice de deontologie și de responsabilitate socială a jurnalistului. CP6 Producția unui conținut jurnalistic (text, video, audio și foto) pentru toate tipurile de media.
Competențe transversale	CT1 Rezolvarea în mod realist – cu argumentare atât teoretică, cât și practică – a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora. CT2 Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipă multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice. CT3 Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și al adaptării la cerințele pieței muncii.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Obiectivul general al disciplinei Administrația publică și mass-media este de a oferi studenților o înțelegere aprofundată a mecanismelor care stau la baza relației dintre mass-media și administrația publică.
7.2 Obiectivele specifice	Obiective cognitive - Definește conceptele cheie privind sistemul mass-media și administrația publică. - Înțelege rolul presei în formarea opiniei publice și în funcționarea democratică a societății. - Identifică sursele credibile de informare din sfera administrației publice. - Recunoaște mecanismele de influențare și manipulare a informației în mass-media. - Înțelege impactul economic, politic și cultural al presei asupra societății contemporane. - Recunoaște diferențele dintre presa tradițională și noile forme de jurnalism online în acoperirea actualității. Obiective procedurale - Selectează și sintetizează informații relevante din sursele oficiale. - Monitorizează presa scrisă, audiovizuală și online pentru identificarea temelor dominante ale actualității. - Utilizează instrumente digitale și baze de date jurnalistice pentru documentare. - Analizează modul în care diverse instituții media reflectă evenimentele din perspective diferite. - Aplică criterii de selecție și ierarhizare a informațiilor în funcție de relevanță, actualitate și impact. Obiective atitudinale - Adoptă o atitudine critică și reflexivă față de mesajele jurnalistice. - Manifestă interes și curiozitate constantă față de evenimentele curente și sursele jurnalistice relevante din sfera administrației publice. - Respectă principiile etice ale jurnalismului și încurajează difuzarea responsabilă a informației. - Promovează un comportament profesionist în raportarea obiectivă și echilibrată a realității. - Promovează o atitudine reflexivă în raport cu influențele exercitate asupra sistemului mass-media.

8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Organizarea unităților administrativ-teritoriale	prelegerea, conversația	2 h
2. Organizarea ministerelor	euristică, dezbateră,	2 h
3. Administrația publică a municipiului București	explicația, observația;	2 h
4. Provocări în administrația unei capitale	prezentări în	2 h
5. Categoriile de funcționari. Statutul funcționarului public	power-point pentru	2 h
6. Secretarul unității administrativ-teritoriale și administratorul public	stimularea	2 h
7. Administrația județeană	exercițiului reflexiv	2 h
8. Legalitatea deciziilor în administrația locală		2 h
9. Reprezentarea Guvernului în teritoriu		2 h
10. Majorități și disonanțe		2 h
11. Atribuțiile de reglementare		2 h
12. Accesarea fondurilor europene		2 h
13. Asigurarea asistenței sociale		2 h
14. Gestionarea situațiilor de urgență		2 h
Bibliografie Alexandru, Ioan, <i>Teoria administrației</i> , Editura Economică, București, 2001 Beciu, Camelia., <i>Politica discursivă. Practici politice într-o campanie electorală</i> , Polirom, Iași, 2000. Bertrand, C., J., coord., <i>O introducere în presa scrisă și vorbită</i> , Polirom, Iași, 2000. Chiriță, Elena, <i>Relații internaționale și diplomatie - între teorie și practică</i> , Editura Universitară, 2016 Coman, Cristina, <i>Comunicarea de criză. Tehnici și strategii</i> , Editura Polirom, 2009 Coman, Cristina, <i>Relații publice și mass-media</i> , Polirom, Iași, 2004. Constituția României, http://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocumentAfis/47355 Dagenais, Bernard, <i>Profesia de relaționist</i> , Editura Polirom, 2002. Dagenais, Bernard, <i>Campania de relații publice</i> , Editura Polirom, 2003. Gheorghiu, Iulian Romulus, <i>Știința administrației</i> , Editura Economică, București, 2005 Kunczik, M., Zipfel, A., <i>Introducere în știința publicisticii și a comunicării</i> , Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca, 1998 LEGE nr. 544/2001 privind liberul acces la informațiile de interes public, http://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/31413 Manda, Corneliu, <i>Știința administrației</i> , Editura Lumina Lex, București, 2004 McQuail, Denis, <i>Comunicarea</i> , Institutul European, Iași, 1999 Mucchielli, Alex, <i>Arta de a influența. Analiza tehnicilor de manipulare</i> , Polirom, 2002 Ordonanța de urgență nr. 57 din 3 iulie 2019 privind Codul administrativ, http://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocumentAfis/215925 Radu, Raluca-Nicoleta, <i>Deontologia comunicării publice</i> , Polirom, 2015 Ries, Al, Ries Laura, <i>Căderea advertisingului și ascensiunea PR-ului</i> , Brandbuilders Group, București, 2005 Săftoiu, Claudiu. <i>Jurnalismul politic: Manipularea politicianilor prin mas-media, manipularea mass- media de către politicieni</i> , București, Editura Trei, 2003.		
8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Politicile publice	conversația euristică,	2 h
2. Egalitatea de șanse	explicația, exercițiul,	2 h
3. E-guvernare și smart-city	observația, munca	4 h
4. Deconcentrare și descentralizare	independentă, activitate pe	2 h
5. Programe și strategii	grupe, problematizarea;	2 h
6. Etape legale în transparența decizională	investigația; autoevaluarea	2 h
7. Piedici în implementarea politicilor publice		2 h
8. Gestionarea defectuoasă a fondurilor publice		4 h
9. Liberul acces la informații de interes public		4 h
10. Digitalizare în administrația publică		4 h
Bibliografie Alexandru, Ioan, <i>Teoria administrației</i> , Editura Economică, București, 2001		

Beciu, Camelia., *Politica discursivă. Practici politice într-o campanie electorală*, Polirom, Iași, 2000.
 Bertrand, C., J., coord., *O introducere în presa scrisă și vorbită*, Polirom, Iași, 2000.
 Chiriță, Elena, *Relații internaționale și diplomatie - între teorie și practică*, Editura Universitară, 2016
 Coman, Cristina, *Comunicarea de criză. Tehnici și strategii*, Editura Polirom, 2009
 Coman, Cristina, *Relații publice și mass-media*, Polirom, Iași, 2004.
 Constituția României, <http://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocumentAfis/47355>
 Dagenais, Bernard, *Profesia de relaționist*, Editura Polirom, 2002.
 Dagenais, Bernard, *Campania de relații publice*, Editura Polirom, 2003.
 Gheorghiu, Iulian Romulus, *Știința administrației*, Editura Economică, București, 2005
 Kunczik, M., Zipfel, A., *Introducere în știința publicisticii și a comunicării*, Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca, 1998
 LEGE nr. 544/2001 privind liberul acces la informațiile de interes public,
<http://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/31413>
 Manda, Corneliu, *Știința administrației*, Editura Lumina Lex, București, 2004
 McQuail, Denis, *Comunicarea*, Institutul European, Iași, 1999
 Mucchielli, Alex, *Arta de a influența. Analiza tehnicilor de manipulare*, Polirom, 2002
 Ordonanța de urgență nr. 57 din 3 iulie 2019 privind Codul administrativ,
<http://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocumentAfis/215925>
 Radu, Raluca-Nicoleta, *Deontologia comunicării publice*, Polirom, 2015
 Ries, Al, Ries Laura, *Căderea advertisingului și ascensiunea PR-ului*, Brandbuilders Group, București, 2005
 Săftoiu, Claudiu. *Jurnalismul politic: Manipularea politicienilor prin mas-media, manipularea mass- media de către politicieni*, București, Editura Trei, 2003.

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	40%
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, referate, comentarii și rezumate; discuții pe teme legate de noțiunile studiate	60%
	- 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 adecvată a terminologiei și a conceptelor asociate disciplinei în contexte profesionale			

Data completării:

10.09.2025

Semnătura titularului de curs:

Lect. dr. Petrica Pașilea

Semnătura titularului de seminar:

Lect. dr. Petrica Pașilea

Semnătură șef catedră:

Prof. univ. dr. Simona Antofi

Data avizării în catedră:

15.09.2025