

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	1	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	14	3.6 seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp					83
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					23
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate					25
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Tutoriat					10
Examinări					5
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	- 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. a) Rezultatele învățării

Cunoștințe	Studentul/Absolventul: C.1.2. reproduce metodologia teoretică utilizată în cercetarea științifică, constând în efectuarea de cercetări de fond, construirea unei ipoteze și testarea acesteia sau formularea unor întrebări de cercetare, analiza datelor, prezentarea rezultatelor și formularea de concluzii în raport cu nivelul cunoașterii existente; C.2.1. identifică principalele teorii, modele și elemente ale comunicării directe și mediate tehnologic, în contextul comunicării de masă și comunicării mediate de computer; C.2.4. identifică elementele care joacă un rol în procesul de formare a opiniei publice, prin care percepțiile și opiniile față de o chestiune în discuție publică sunt formate și întărite, cum ar fi cadrulul informațiilor, tendințele și interesele publicului, procesele psihice și conformismul C.3.3. identifică tehnici de redactare sau structurarea a conținutului (narative, descriptive, expozitive, argumentative sau persuasive) și principii de retorică sau compunere a mesajelor ce vizează îmbunătățirea capacității scriitorilor și vorbitorilor de a informa, convinge sau motiva publicul;
Aptitudini	Studentul/Absolventul: A.1.2. aplică metode de colectare a datelor, respectând norme de etică a cercetării și prevederile legale în vigoare; A.2.3. adaptează mesajele la diverse situații și categorii sau segmente de public în contextul comunicării profesionale. A.3.3. aplică principii de retorică sau compunere a mesajelor ce vizează îmbunătățirea capacității scriitorilor și vorbitorilor de a informa, convinge sau motiva publicul; A.4.1. aplică procese pentru verificarea unor informații în contextul comunicării profesionale; A.4.2. descoperă erori în argumentație, cadre sau scheme de interpretare distincte oferite de diferite surse în contextul comunicării profesionale; A.4.4. interpretează valorile și mesajele ideologice și culturale încorporate în produsele media.
Responsabilitate și autonomie	Studentul/Absolventul R4.2. evaluează sursele informațiilor și corectitudinea informațiilor receptate; R.4.1. elaborează o analiză media sau o monitorizare media în raport cu un subiect, o temă, o persoană publică, o organizație sau o marcă; R.5.1. judecă în raport cu modele pentru luarea deciziilor etice, coduri deontologice, respectiv legislației naționale și europene în raport în contextul luării de decizii în probleme profesionale din domeniul comunicării. R.6.1. aplică principii și metodologii specifice domeniului pentru a realiza cercetări ale opiniei publice în raport cu un subiect, o persoană publică, o organizație, o marcă (brand); R.7.3. colaborează cu alte persoane în cadrul unor echipe pentru a rezolva probleme profesionale specifice; R.7.4. planifică/își asumă și respectă termene strânse pentru a realiza sarcini sau proiecte profesionale; R.7.5. demonstrează sensibilitate interculturală participând în comunități și rețele diferite.

6. b) 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 manipulara. - 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.	prelegerea, conversația euristică, dezbateră, explicația, observația; prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului reflexiv	2h
2. Elemente de logică generală: Raționamentele și tipurile de argumentare. Argumente deductive și inductive.		2h
3. Cum slăbim un argument, cum întărim un argument. Codexul erorilor cognitive (prea multă informație, insuficient sens, apelul la emoțional).		2h
4. Argumente și contraargumente în conversație, dezbateră, discurs public, eseu și în mass-media.		2h
5. Raționamentul cauzal, raționamentul probabilistic.		2h
6. Sondajul și eșantionarea, analogia, generalizările inductive. Raționamentul moral sau legal		2h

7. Fake-news, manipulare, raționamente eronate în mass-media și discursul politic. Studii de caz		2h
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 mincinoșilor. Fakenews, manipulare, populism, Ed. Humanitas, București, 2018 Radu Paraschivescu, Cartea râsului 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	conversația	2h
2. Exerciții de slăbire și întărire a unui argument	euristică,	2h
3. Erorile cognitive – tipologie	explicația,	2h
4. Biasuri cognitive	exercițiul,	2h
5. Fake news – tipologie și recunoaștere	obsevația, munca	2h
6. Contracunoașterea, identificarea experților, verificarea cifrelor	independentă,	2h
7. The Social Dilemma - dezbateri în urma vizionării documentarului de pe Netflix despre inteligența artificială și fake news - 2 ore	activitate pe grupe, problematizarea,	2h
8. Trollingul și gândirea critică	investigația,	2h
9. Pseudoștiința. Exemple de erori logice din mass media		2h
10. Alegerile din SUA, Analytica și dezinformarea 2.0		2h
11. Autismul și vaccinurile: 4 capcane de raționament. Studiu de caz		2h
12. Alegerile R. Moldova și dezinformarea. Studiu de caz		2h
13. Alegerile din România și dezinformarea. Studiu de caz		2h
14. 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 mincinoșilor. Fakenews, manipulare, populism, Ed. Humanitas, București, 2018 Radu Paraschivescu, Cartea râsului 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		

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)	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, portofolii, referate, comentarii și rezumate; discuții pe teme legate de noțiunile studiate	40%
	- Manifestări atitudinale	- Participare activă, conștiinciozitate, interes pentru studiul individual și în grup	20%
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:

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	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	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					69
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					21
Tutoriat					5
Examinări					3
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual	69				
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	- 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. a) Rezultatele învățării

Cunoștințe	Studentul/Absolventul: C.2.1. Identifică principalele teorii, modele și elemente ale comunicării directe și mediate tehnologic, în contextul comunicării de masă și comunicării mediate de computer. C.2.4. Identifică elementele care joacă un rol în procesul de formare a opiniei publice, prin care percepțiile și opiniile față de o chestiune în discuție publică sunt formate și întărite, cum ar fi cadrulul informațiilor, tendințele și interesele publicului, procesele psihice și conformismul. C.3.1. Distinge între diferite tipuri de conținuturi și moduri de expresie (text, fotografie, audio, video) și tipuri de canale media: presa tipărită, televiziunea, radioul, cinematografia, presa online, platformele digitale, aplicațiile mobile. C.4.1. Clasifică diferitele surse de informare în diferite categorii (cum ar fi date primare și secundare) și pe baza conținutului acestora, a caracteristicilor materiale, a autorilor etc.
Aptitudini	Studentul/Absolventul: A.3.1. aplică practici de producție potrivite pentru diferite tipuri de conținuturi și moduri de expresie (text, fotografie, audio, video) și tipuri de canale media: presa tipărită, televiziunea, radioul, cinematografia, presa online, platformele digitale, aplicațiile mobile; A.3.3. aplică principii de retorică sau compunere a mesajelor ce vizează îmbunătățirea capacității scriitorilor și vorbitorilor de a informa, convinge sau motiva publicul; A.4.3. analizează cuvinte, expresii, semne și simboluri, precum și relația dintre acestea în raport cu conceptele fundamentale ale semioticii și teoriei narative în contextul analizei profesionale a mesajelor media textuale, vizuale, audiovizuale și multimodale.
Responsabilitate și autonomie	Studentul/Absolventul R.2.1. evaluează caracteristicile reprezentării în mass-media și platformele digitale a unei teme, unei persoane, unui grup sau unei categorii sociale; R.2.3. analizează critic pluralitatea de interpretări date și de opinii formulate în contextul reprezentării media a subiectelor și evenimentelor curente; R.3.1. produce un conținut sau produs media în vederea difuzării/publicării pe unul sau mai multe canale sau platforme, utilizând media (text, fotografie, audio, video) separat sau în conjuncție în contextul realizării unui proiect profesional; R.4.1. elaborează o analiză media sau o monitorizare media în raport cu un subiect, o temă, o persoană publică, o organizație sau o marcă; R.4.2. Evaluează sursele informațiilor și corectitudinea informațiilor receptate. R.4.3. Analizează critic evenimentele curente în politică, economie, comunitățile sociale, sectoarele culturale, pe plan internațional și în sport, precum și tendințele culturale populare.

6. b) 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 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 • Manifestează 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. Stirea de televiziune. Particularități. Structură, tipologie	prelegerea, conversația euristică, dezbateră, explicația, observația; prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului reflexiv	2h
2. Direct vs. înregistrat în radio și TV. Avantaje și dezavantaje		2h
3. Reportajul radio. Participarea afectivă. Descrierea. Structura unui reportaj radio.		4h
4. Reportajul de televiziune; tipologie, elemente specifice, strategii		4h
5. Relatarea de radio și de TV. Provocări și particularități		2h
6. Comentariul radiofonic. Asemănări și deosebiri față de comentariul din presa scrisă		2h
7. Interviu în televiziune și radio. Voce vs imagine		2h
8. Ancheta de televiziune sau radio: tipologie, elemente specifice		2h
9. Emisiunile de tip „talk-show”: tipologie, strategii		2h

10. Talk-show versus dezbateră (între canon și realitate)		2h
11. Tipuri de moderatori TV		2h
12. Documentarul - un gen pe cale de dispariție		2h
Bibliografie: Vasile Traciuc, Modalități de transmitere a știrilor în radio, în Manual de jurnalism, vol I, Editura Polirom, Iași. 1997		
John Hartley, Discursul știrilor, Editura Polirom, Iași, 1999		
Irene Joanesu, Radioul modern: tratarea informației și principalele genuri informative, Editura ALL, București, 1999		
Stavre, Ion, Comunicare radio – TV, suport curs, S.N.S.P.A.		
Radu Bâlbăie, Relatarea, în Manual de jurnalism, vol. II, Editura Polirom, Iași, 2000		
Traciuc, Vasile, Jurnalism radio – Editura Tritonic București, 2003		
Cuillenburg, J.J. van, Scholten, O., Noomen, G.W., „Știința comunicării”, Humanitas, București, 1998		
Roșca, Luminița, „Producția textului jurnalistic”, Polirom, Iași, 2004		
Zelizer, Barbie, „Despre jurnalism la modul serios”, Polirom, Iași, 2007		
Randall, David, „Jurnalismul universal”, Polirom, Iași, 2007		
Balasescu Madalina, Manual de producție de televiziune, Ed. Polirom, 2003		
Sireteanu, Ana Maria, Media și imagologia, Tritonic, 2003		
Daniela Zeca Buzura, Jurnalismul de televiziune, Polirom, 2005		
Daniela Zeca Buzura, Totul la vedere. Televiziunea după Big Brother, Polirom, 2007		
Patrick Charaudeau, Rodolphe Ghiglione – Talk show-ul. Despre libertatea cuvântului ca mit, Polirom, 2005		
Roșca, Luminița, Producția textului jurnalistic, Polirom, Iași, 2004		
8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Tipuri de știri. Lead-ul și tipuri de lead. Ce punem în știrea de TV și radio	conversația euristică, explicația, exercițiul, observația, munca independentă, activitate pe grupe, problematizarea; investigația; referatul; proiectul; portofoliul; autoevaluarea	2h
2. Ideea potrivită la momentul potrivit. Tipuri de reportaj. Exemple emisiune România, te iubesc, PRO TV		2h
3. Reportajele Europa FM - combinația perfectă între sunet și informație		2h
4. Relatarea radio și TV. Exerciții de scriere		2h
5. Comentariul radio și TV. Exerciții de scriere		2h
6. Interviu de radio și TV. Tipuri de întrebări. Cum suplینim lipsa imaginii la radio. Hibridizarea genurilor - La Radio cu Andreea Esca		2h
7. Ancheta - regina genurilor jurnalistice		2h
8. Particularități ale anchetei radiofonice		2h
9. Particularități ale anchetei de TV. Cum filmăm cu camera ascunsă. Probleme de etică		2h
10. Talk-show-ul de radio și TV. Tipuri de moderatori. Dispunerea în platou		2h
11. Dezbatere TV vs cele radio. Dezbatere electorală. Analiză și exemple de bune practici		2h
12. Documentarul - scurt istoric. Un gen care se apropie de cinematografie		2h
13. Direct vs. înregistrat în radio și TV. Avantaje și dezavantaje. Studii de caz		2h
14. Pregătirea portofoliilor cu reportajul TV și reportajul de radio		2h
Bibliografie:		
Vasile Traciuc, Modalități de transmitere a știrilor în radio, în Manual de jurnalism, vol I, Editura Polirom, Iași. 1997		
John Hartley, Discursul știrilor, Editura Polirom, Iași, 1999		
Irene Joanesu, Radioul modern: tratarea informației și principalele genuri informative, Editura ALL, București, 1999		
Stavre, Ion, Comunicare radio – TV, suport curs, S.N.S.P.A.		
Radu Bâlbăie, Relatarea, în Manual de jurnalism, vol. II, Editura Polirom, Iași, 2000		
Traciuc, Vasile, Jurnalism radio – Editura Tritonic București, 2003		
Cuillenburg, J.J. van, Scholten, O., Noomen, G.W., „Știința comunicării”, Humanitas, București, 1998		
Roșca, Luminița, „Producția textului jurnalistic”, Polirom, Iași, 2004		
Zelizer, Barbie, „Despre jurnalism la modul serios”, Polirom, Iași, 2007		
Randall, David, „Jurnalismul universal”, Polirom, Iași, 2007		
Balasescu Madalina, Manual de producție de televiziune, Ed. Polirom, 2003		
Sireteanu, Ana Maria, Media și imagologia, Tritonic, 2003		
Daniela Zeca Buzura, Jurnalismul de televiziune, Polirom, 2005		
Daniela Zeca Buzura, Totul la vedere. Televiziunea după Big Brother, Polirom, 2007		

Patrick Charaudeau, Rodolphe Ghiglione – Talk show-ul. Despre libertatea cuvântului ca mit, Polirom, 2005 Roșca, Luminița, Producția textului jurnalistic, Polirom, Iași, 2004 Zelizer, Barbie, Despre jurnalism la modul serios, Polirom, Iași, 2007 Hartley, John, Discursul stirilor, Polirom, 1999 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

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)	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.	- portofolii, referate, comentarii; discuții pe teme legate de noțiunile studiate	60%
	- Manifestări atitudinale	- Participare activă, conștiințiozitate, 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. Daniela Bogdan

Semnătura titularului de seminar:

Lect. dr. Daniela Bogdan

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	GENURILE PRESEI. PRESA SCRISĂ						
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	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					69
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					21
Tutoriat					5
Examinări					3
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual	69				
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	- 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. a) Rezultatele învățării

Cunoștințe	Studentul/Absolventul: C.2.1. Identifică principalele teorii, modele și elemente ale comunicării directe și mediate tehnologic, în contextul comunicării de masă și comunicării mediate de computer. C.2.4. Identifică elementele care joacă un rol în procesul de formare a opiniei publice, prin care percepțiile și opiniile față de o chestiune în discuție publică sunt formate și întărite, cum ar fi cadrulul informațiilor, tendințele și interesele publicului, procesele psihice și conformismul. C.3.1. Distinge între diferite tipuri de conținuturi și moduri de expresie (text, fotografie, audio, video) și tipuri de canale media: presa tipărită, televiziunea, radioul, cinematografia, presa online, platformele digitale, aplicațiile mobile. C.4.1. Clasifică diferitele surse de informare în diferite categorii (cum ar fi date primare și secundare) și pe baza conținutului acestora, a caracteristicilor materiale, a autorilor etc.
Aptitudini	Studentul/Absolventul: A.3.1. aplică practici de producție potrivite pentru diferite tipuri de conținuturi și moduri de expresie (text, fotografie, audio, video) și tipuri de canale media: presa tipărită, televiziunea, radioul, cinematografia, presa online, platformele digitale, aplicațiile mobile; A.3.3. aplică principii de retorică sau compunere a mesajelor ce vizează îmbunătățirea capacității scriitorilor și vorbitorilor de a informa, convinge sau motiva publicul; A.4.3. analizează cuvinte, expresii, semne și simboluri, precum și relația dintre acestea în raport cu conceptele fundamentale ale semioticii și teoriei narative în contextul analizei profesionale a mesajelor media textuale, vizuale, audiovizuale și multimodale.
Responsabilitate și autonomie	Studentul/Absolventul R.2.1. evaluează caracteristicile reprezentării în mass-media și platformele digitale a unei teme, unei persoane, unui grup sau unei categorii sociale; R.2.3. analizează critic pluralitatea de interpretări date și de opinii formulate în contextul reprezentării media a subiectelor și evenimentelor curente; R.3.1. produce un conținut sau produs media în vederea difuzării/publicării pe unul sau mai multe canale sau platforme, utilizând media (text, fotografie, audio, video) separat sau în conjuncție în contextul realizării unui proiect profesional; R.4.1. elaborează o analiză media sau o monitorizare media în raport cu un subiect, o temă, o persoană publică, o organizație sau o marcă; R.4.2. Evaluează sursele informațiilor și corectitudinea informațiilor receptate. R.4.3. Analizează critic evenimentele curente în politică, economie, comunitățile sociale, sectoarele culturale, pe plan internațional și în sport, precum și tendințele culturale populare.

6. b) 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 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, documentar, anchetă 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 • Manifestează 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	2 h
2. Elementele unui articol. Titrarea	euristică, dezbateră,	2 h
3. Etapele redactării textului jurnalist	explicația, observația;	2 h
4. Genurile de teren/de informare. Știre	prezentări în	4 h
5. Relatarea	power-point pentru	2 h
6. Reportajul	stimularea	2 h
7. Interviu	exercițiului reflexiv	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 recenzie		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, Silavian, <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, București, 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,	4 h
2. Reportajul. Narațiunea, descrierea, dialogul. Tipologie, unghi de abordare, elemente de stil	observația, munca independentă,	4 h
3. Interviul și portretul. Subiect și context. Construcție și tipologie	activitate pe grupe,	4 h
4. Ancheta. Tematica predilectă. Raționament, demonstrație, argumentare	problematizarea;	4 h
5. Editorialul. Alegerea temei, Strategii de argumentare	investigația; referatul;	4 h
6. Comentariul și pamfletul	proiectul; portofoliul;	4 h
7. Cronica și recenzie	autoevaluarea	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 Ilișoi, Viorel, <i>Cele mai frumoase reportaje</i>, Editura Gri, 2017. Iosifescu, Silavian, <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, București, 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.		

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)	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.	- portofolii, referate, comentarii; 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 • 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. Daniela Bogdan						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. dr. Marius Tuca						
2.4 Anul de studiu	III	2.5 Semestrul	1	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	1	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	14	3.6 seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp					83
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					15
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					25
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					30
Tutoriat					10
Examinări					3
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual		83			
3.9 Total ore pe semestru		125			
3.10 Numărul de credite		5			

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	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. a) Rezultatele învățării

Cunoștințe	Studentul/Absolventul: C.2.1 – identifică principalele teorii, modele și elemente ale comunicării directe și mediate tehnologic, în contextul comunicării de masă și comunicării mediate de computer; C.2.2 – identifică concepte referitoare la public și audiența mass-media, metode de măsurare, precum și indicatori de audiență specifici canalului tehnologic de comunicare mediatică; C.3.1 – distinge între diferite tipuri de conținuturi și moduri de expresie (text, fotografie, audio, video) și tipuri de canale media: presa tipărită, televiziunea, radioul, cinematografia, presa online, platformele digitale, aplicațiile mobile; C.3.3 – identifică tehnici de redactare sau structurare a conținutului și principii de retorică sau compunere a mesajelor ce vizează informarea, convingerea sau motivarea publicului; C.4.1 – clasifică sursele de informare în categorii și pe baza caracteristicilor lor; C.5.3 – identifică legislația privind comunicarea publică în mass-media, drepturile de autor, comunicarea pe platformele digitale, protecția datelor cu caracter personal.
Aptitudini	Studentul/Absolventul: A.2.1 – selectează modelele care explică o situație de comunicare în contextul unei probleme profesionale; A.2.2 – analizează caracteristicile, nevoile și așteptările publicului-țintă utilizând aplicații și proceduri adecvate; A.2.3 – adaptează mesajele la diverse categorii de public în contexte profesionale; A.3.1 – aplică practici de producție pentru diverse tipuri de conținut (text, foto, video, audio) în social media; A.3.4 – utilizează aplicații software pentru compunerea și editarea conținutului digital; A.4.1 – aplică procese de verificare a informațiilor; A.7.1 – utilizează instrumente online pentru a comunica și partaja resurse în medii digitale;
Responsabilitate și autonomie	Studentul/Absolventul: R.2.3 – analizează critic pluralitatea de interpretări din media privind subiecte și evenimente curente; R.3.1 – produce conținut media pentru platforme digitale, utilizând formate mixte (text, foto, audio, video); R.4.1 – elaborează analize media/monitorizări ale prezenței online a unor persoane sau organizații; R.5.1 – judecă în raport cu coduri etice și legislație privind comunicarea online; R.7.3 – colaborează în echipă pentru a rezolva probleme profesionale specifice jurnalismului digital; R.7.3. colaborează cu alte persoane în cadrul unor echipe pentru a rezolva probleme profesionale specifice; R.7.4. planifică/iși asumă și respectă termene strânse pentru a realiza sarcini sau proiecte profesionale; R.7.5. demonstrează sensibilitate interculturală participând în comunități și rețele diferite.

6. b) 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 specific 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 Obiective atitudinale • Respectarea normelor deontologice ale profesiei jurnalistice; • Manifestarea interesului pentru inovație și experiment în formele narative 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	prelegerea, conversația	2h
2. Programele informative și realizarea lor din punct de vedere tehnic. Tipuri de jurnal.	euristică, dezbateri,	2h
3. Tehnici de montaj, reguli, tăieturi de editare video	explicația,	2h
4. Componenta tehnică a radioului. Formate radio și modalitatea de realizare tehnică	observația; prezentări în	2h
5. Roluri și profesii în radio. Etape în realizarea unei emisiuni radio. Echipa și produsul final	power-point pentru stimularea	2h
6. Machetarea unei pagini de ziar. Editare, corectură, tipărire, marketing.	exercițiului reflexiv	2h
7. Tehnici de producție a textului în online.		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,	2h
2. Stiluri de povestire în materialele audio-video	explicația,	2h
3. Mișcări de cameră, tehnici de încadrare	exercițiul,	2h
4. Reguli de editare, tehnici de montaj, tăieturi de editare video	observația, munca independentă,	2h
5. Sunetul, liniștea și efectele speciale în materialele audio-video	activitate pe grupe,	2h
6. Ilustrația muzicală și componentele dramaturgice ale mesajului sonor	problematizarea;	2h
7. Croma key – cum se filmează și la ce folosește	investigația;	2h
8. Luminile și grafica de televiziune	autoevaluarea.	2h
9. Tipuri de stand-up și realizarea lor		2h
10. Procesare și postprocesare în radio. Insertul audio		2h
11. Tipuri de emisiuni radio și realizarea lor. Studiu de caz o emisiune culturală și o emisiune de reportaje.		2h
12. Machetarea unei pagini de ziar. Editare, corectură, tipărire, marketing. Studiu de caz: Viața Liberă		2h
13. Arhitectura informației pe web		2h
14. Particularitățile tehnice ale conținutului online		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 (verificare)	minimum 30%
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.	- emisiune de știri de TV -emisiune de știri de radio	maximum 60%
	- 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:

10.09.2025

Semnătura titularului de curs:

Lect. dr. Daniela Bogdan

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

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	Producția în mass-media (radio, televiziune, agenții de presă, presă online)						
2.2 Titularul activităților de curs	Lect. dr. Daniela Bogdan						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. dr. Marius Tuca						
2.4 Anul de studiu	III	2.5 Semestrul	2	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	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					69
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					15
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					10
Tutoriat					15
Examinări					9
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual		69			
3.9 Total ore pe semestru		125			
3.10 Numărul de credite		5			

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. a) Rezultatele învățării

Cunoștințe	Studentul/Absolventul: C.2.1 – identifică principalele teorii, modele și elemente ale comunicării directe și mediate tehnologic, în contextul comunicării de masă și comunicării mediate de computer; C.2.2 – identifică concepte referitoare la public și audiența mass-media, metode de măsurare, precum și indicatori de audiență specifici canalului tehnologic de comunicare mediatică; C.3.1 – distinge între diferite tipuri de conținuturi și moduri de expresie (text, fotografie, audio, video) și tipuri de canale media: presa tipărită, televiziunea, radioul, cinematografia, presa online, platformele digitale, aplicațiile mobile; C.3.3 – identifică tehnici de redactare sau structurare a conținutului și principii de retorică sau compunere a mesajelor ce vizează informarea, convingerea sau motivarea publicului; C.4.1 – clasifică sursele de informare în categorii și pe baza caracteristicilor lor; C.5.3 – identifică legislația privind comunicarea publică în mass-media, drepturile de autor, comunicarea pe platformele digitale, protecția datelor cu caracter personal.
Aptitudini	Studentul/Absolventul: A.2.1 – selectează modelele care explică o situație de comunicare în contextul unei probleme profesionale; A.2.2 – analizează caracteristicile, nevoile și așteptările publicului-țintă utilizând aplicații și proceduri adecvate; A.2.3 – adaptează mesajele la diverse categorii de public în contexte profesionale; A.3.1 – aplică practici de producție pentru diverse tipuri de conținut (text, foto, video, audio) în social media; A.3.4 – utilizează aplicații software pentru compunerea și editarea conținutului digital; A.4.1 – aplică procese de verificare a informațiilor; A.7.1 – utilizează instrumente online pentru a comunica și partaja resurse în medii digitale;
Responsabilitate și autonomie	Studentul/Absolventul: R.2.3 – analizează critic pluralitatea de interpretări din media privind subiecte și evenimente curente; R.3.1 – produce conținut media pentru platforme digitale, utilizând formate mixte (text, foto, audio, video); R.4.1 – elaborează analize media/monitorizări ale prezenței online a unor persoane sau organizații; R.5.1 – judecă în raport cu coduri etice și legislație privind comunicarea online; R.7.3 – colaborează în echipă pentru a rezolva probleme profesionale specifice jurnalismului digital; R.7.3. – colaborează cu alte persoane în cadrul unor echipe pentru a rezolva probleme profesionale specifice; R.7.4. – planifică/își asumă și respectă termene strânse pentru a realiza sarcini sau proiecte profesionale; R.7.5. – demonstrează sensibilitate interculturală participând în comunități și rețele diferite.

6. b) 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 specific 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 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. Emisiunea de TV de la script la produs final.	prelegerea, conversația euristică, dezbaterile, explicația, observația; prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului reflexiv	2h
2. Tipuri de emisiuni: caleidoscop, reality show, pentru copii, pentru femei, divertisment, emisiuni culturale		4h
3. Montajul unei emisiuni de televiziune. Demonstrație în Laboratorul TV		4h
4. Transmisia în direct. Provocări și surprize		2h
5. Posturi specializate în televiziune (cabina de montaj, cabina de emisie)		2h
6. Viitorul producției de programe sub presiunea AI. Radio virtual, crainici TV		2h
7. Producția emisiunii de radio. Demonstrație în studioul PRO LIDER FM		4h
8. Multimedia și caracteristicile sale		2h
9. Tehnici de redactare a textului și de producție în online		2h
10. Agențiile de presă. Prezentare generală. Particularități		2h
11. Vizualizare emisiuni TV și radio. Feedback și notare		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. Producția de televiziune: diferențe majore între ce se difuzează în direct și ce este înregistrat. Exemple concrete	conversația euristică,	2h
2. Realizarea unui script de emisiune TV	explicația,	2h
3. Proiect de emisiune de știri realizată de studenți. Se lucrează pe grupe. Montajul știrilor se face în Laboratorul digital TV/ Express TV	exercițiul, observația, munca independentă,	4h
4. Proiect de emisiune radiofonică realizat de studenți. Se lucrează pe grupe și, după realizarea sinopsisului se trece la înregistrarea unei emisiuni radiofonice cap-coadă. Se lucrează în laboratorul Radio PRO Liedr FM Galați.	activitate pe grupe, problematizarea; investigația;	4h
5. Textul și scriitura pe web. Poziția textului pe ecran. Imaginile în paginile web. Infografia și vizualizarea datelor	referatul; proiectul; portofoliul;	2h
6. Sunetul digital și aplicațiile sale pe web. Audio-on-demand. Podcastul	autoevaluarea	2h
7. Video digital și aplicațiile sale pe web		2h
8. Designul grafic web și site-uri de știri		2h
9. Elemente de grafică și design în presa scrisă. Studiu de caz: cotidianul Viața Liberă din Galați		4h
10. Cum funcționează o agenție de presă? Diferențe și asemănări față de o redacție de știri. Exemple concrete. Tipuri de scriitură		4h
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.		

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 30%
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.	- emisiune de știri de TV -emisiune de știri de radio	maximum 60%
	- 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:

10.09.2025

Semnătura titularului de curs:

Lect. dr. Daniela Bogdan

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	Prof. univ. dr. Daniel Lucian Gălățanu				
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	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					69
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					23
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Tutoriat					2
Examinări					4
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual	69				
3.8 Total ore pe semestru	125				
3.9 Numărul de credite	5				

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. a) Rezultatele învățării

Cunoștințe	Studentul/Absolventul: C.1.1. identifică principalele arii de cercetare în științe ale comunicării - comunicatori, structuri instituționale, organizații, conținut, canal, public/audiențe, efecte; C.1.2. reproduce metodologia teoretică utilizată în cercetarea științifică, constând în efectuarea de cercetări de fond, construirea unei ipoteze și testarea acesteia sau formularea unor întrebări de cercetare, analiza datelor, prezentarea rezultatelor și formularea de concluzii în raport cu nivelul cunoașterii existente; C.1.3. diferențiază între principalele abordări metodologice în domeniul științe ale comunicării – metode cantitative, metode calitative, abordări retorice, discursive și mixte.
------------	---

	C.2.1. identifică principalele teorii, modele și elemente ale comunicării directe și mediate tehnologic, în contextul comunicării de masă și comunicării mediate de computer; C.2.2. identifică concepte referitoare la public și audiența mass-media, metode de măsurare, precum și indicatori de audiență specifici canalului tehnologic de comunicare mediatică; C.2.3. identifică structurile de proprietate, mecanismele de control, modele de producție și distribuție specifice sistemelor mass media; C.2.4. identifică elementele care joacă un rol în procesul de formare a opiniei publice, prin care percepțiile și opiniile față de o chestiune în discuție publică sunt formate și întărite, cum ar fi cadrulul informațiilor, tendințele și interesele publicului, procesele psihice și conformismul; C.3.1. distinge între diferite tipuri de conținuturi și moduri de expresie (text, fotografie, audio, video) și tipuri de canale media: presa tipărită, televiziunea, radioul, cinematografia, presa online, platformele digitale, aplicațiile mobile; C.3.3. identifică tehnici de redactare sau structurarea a conținutului (narative, descriptive, expositive, argumentative sau persuasive) și principii de retorică sau compunere a mesajelor ce vizează îmbunătățirea capacității scriitorilor și vorbitorilor de a informa, convinge sau motiva publicul; C.4.1. clasifică diferitele surse de informare în diferite categorii (cum ar fi date primare și secundare) și pe baza conținutului acestora, a caracteristicilor materiale, a autorilor etc.; C.4.3. diferențiază între tipuri de narațiuni, tipuri de raționamente, elemente de logică, teoria argumentării și retorică sau discurs public pentru a clasifica perspective diferite, respectiv evalua argumente în contextul comunicării profesionale. C.5.1. identifică modele utilizate pentru luarea deciziilor etice sau raționamente morale în problemele din domeniul comunicării; C.6.1. identifică principiile relațiilor publice și managementului reputației și factorii de influență asupra percepțiilor părților interesate sau asupra categoriilor de public în raport cu o organizație, cu marca (brandul) acesteia sau în raport cu o persoană; C.6.2. diferențiază între strategiile și design-urile de comunicare specifice diferitelor contexte de comunicare organizaționale sau situaționale (comunicarea în situații de risc, în situații de criză, pentru producția schimbării sociale, pentru elaborarea politicilor publice, a politicilor interne etc.).
Aptitudini	Studentul/Absolventul: A.1.1. redactează un plan de cercetare pe un subiect din domeniul științe ale comunicării; A.1.3. aplică metode de cercetare adecvate temei și subiectului de cercetare; A.1.4. interpretează rezultatele cercetării în scris și prin grafice, diagrame, tabele; A.2.1. selectează modelele care explică o situație de comunicare în contextul unei probleme profesionale; A.2.2. analizează caracteristicile, nevoile și așteptările publicului-țintă utilizând modele, grile, teste, proceduri și aplicații software adecvate în contextul comunicării publice profesionale; A.2.3. adaptează mesajele la diverse situații și categorii sau segmente de public în contextul comunicării profesionale. A.3.1. aplică practici de producție potrivite pentru diferite tipuri de conținuturi și moduri de expresie (text, fotografie, audio, video) și tipuri de canale media: presa tipărită, televiziunea, radioul, cinematografia, presa online, platformele digitale, aplicațiile mobile; A.3.3. aplică principii de retorică sau compunere a mesajelor ce vizează îmbunătățirea capacității scriitorilor și vorbitorilor de a informa, convinge sau motiva publicul; A.4.1. aplică procese pentru verificarea unor informații în contextul comunicării profesionale; A.4.4. interpretează valorile și mesajele ideologice și culturale încorporate în produsele media. A.5.1. aplică modele pentru luarea deciziilor etice sau raționamente morale și principiile deontologice sau normele etice care stau la baza organizării și funcționării activităților specifice domeniului științe ale comunicării și modului de organizare a profesiei în probleme din domeniul comunicării, în crearea și distribuirea conținutului pe canale media publice și private;
Responsabilitate și autonomie	R.1.1. elaborează proiecte de cercetare și intervenție în domeniul științe ale comunicării; R.2.1. evaluează caracteristicile reprezentării în mass-media și platformele digitale a unei teme, unei persoane, unui grup sau unei categorii sociale; R.2.2. utilizează modelele de comunicare, teorii media și indicatori de audiență pentru a proiecta, adapta sau evalua planuri media; R.2.3. analizează critic pluralitatea de interpretări date și de opinii formulate în contextul reprezentării media a subiectelor și evenimentelor curente. R.3.1. produce un conținut sau produs media în vederea difuzării/publicării pe unul sau mai multe canale sau

	platforme, utilizând media (text, fotografie, audio, video) separat sau în conjuncție în contextul realizării unui proiect profesional; R.3.2. redactează și editează texte originale de natură creativă, jurnalistice, promoționale, publicitare, de promovare instituțională, funcționale, tehnice sau academice. R.4.1. elaborează o analiză media sau o monitorizare media în raport cu un subiect, o temă, o persoană publică, o organizație sau o marcă; R.4.3. analizează critic evenimentele curente în politică, economie, comunitățile sociale, sectoarele culturale, pe plan internațional și în sport, precum și tendințele culturale populare, cum ar fi cultura pop și argoul cultural și social și mesajele publice ale persoanele de pe rețelele de socializare / platformele digitale cele mai utilizate în contextul său socio-cultural și profesional. R.5.1. judecă în raport cu modele pentru luarea deciziilor etice, coduri deontologice, respectiv legislației naționale și europene în raport în contextul luării de decizii în probleme profesionale din domeniul comunicării. R.6.1. aplică principii și metodologii specifice domeniului pentru a realiza cercetări ale opiniei publice în raport cu un subiect, o persoană publică, o organizație, o marcă (brand); R.6.2. redactează comunicate de presă și produce alte materiale de relații publice, respectiv mesaje adaptate la specificul diferitelor canale media și platforme digitale pentru a fi utilizate în contextul comunicării unei persoane publice, organizații sau mărci (brand). R.7.5. demonstrează sensibilitate interculturală participând în comunități și rețele diferite.
--	---

6. b) 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.	Prelegerea, conversația euristică, explicația, dezbateră,	- Studenții vor fi îndrumați în vederea consultării unor resurse bibliografice (inclusiv
„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: suprealism 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	problematizarea.	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 Antohei, Sorin, <i>Oglinzi retrovizoare. Istorie, memorie și morală în România. Alexandru Zub în dialog cu Sorin Antohei</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, <i>Pentru o istorie a imaginarului</i> , Humanitas, București, 2000 Candau, Joël, <i>Mémoire et identité</i> , Paris, P.U.F., « Sociologie d'aujourd'hui », 1998 Călinescu, Matei, <i>Cinci fețe ale modernității. Modernism, avangardă, decadență, kitsch postmodernism</i> , Univers, București, 1995 Cântec, Florin, „Istoria culturii. Schiță pentru arheologia unui concept”, în <i>Xenopoliana</i> , Buletinul Fundației Academice "A. D. Xenopol" din Iași, X, 2002 Duțu, Alexandru, <i>Ideea de Europa și evoluția conștiinței europene</i> , All, București, 1999 Halbwachs, Maurice, <i>La mémoire collective</i> , Paris, Albin Michel, 1997 Heim, Michael, <i>Un Babel fericit</i> , Polirom, Iași, 1999 Jucan, Marius, <i>Geneza culturală a modernității</i> , Efes, Cluj-Napoca, 2003 Judt, Tony, <i>Europa iluziilor</i> , Polirom, Iași, 2000 Kolarz, Walter, <i>Mituri și realități în Europa de Est</i> , Iași, Polirom, 2003. Lăcătuș, Adrian, <i>Modernitatea conservatoare. Aspecte ale culturii Europei centrale</i> , Editura Universității Transilvania, Brașov, 2009 Le Rider, Jacques, <i>Mitteleuropa</i> , Polirom, Iași, 1997. Le Rider, Jaques, <i>Europa Centrală sau paradoxul fragilității</i> , Polirom, Iași, 2001 Lungu, Dan, <i>Construcția identității într-o societate totalitară. O cercetare sociologică asupra scriitorilor</i> , Junimea, 2003 Marino, Adrian, <i>Modern, modernism, modernitate</i> , Editura pentru Literatură Universală, București, 1969 Marino, Adrian, <i>Pentru Europa: integrarea României: aspecte ideologice și culturale</i> , Polirom, Iași, 2002 Marino, Adrian, <i>Al treilea discurs. Cultură, ideologie și politică în România. Adrian Marino în dialog cu Sorin Antohei</i> , Polirom, Iași, 2001 Martin, Mircea (coord.), <i>Conferințele Cuvântul. Identitate românească-identitate europeană</i> , vol. I, Editura Cuvântul și Fundația Amfiteatru, București, 2008 Milosz, Czesław, <i>Gândirea captivă. Eseu asupra logocrațiilor totalitare</i> , Humanitas, București, 1996 Mucchielli, Alex, <i>L'identité</i> , Paris, PUF, 1999 Neumann, Victor, <i>Neam, popor sau națiune? Despre identitățile politice europene</i> , Curtea Veche, București, 2004 Noica, Constantin, <i>Modelul cultural european</i> , Humanitas, București, 1993 Petcu, Oana-Elena, „Identitatea europeană și jocul alteritatilor. Reinventarea unei istorii comune”, în revista <i>Cultura</i> ,		

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 României de Măine, 2003

Todorov, Tzvetan, *Confruntarea cu extrema. Victime și torționari în secolul XX*, Humanitas, București, 1996

Ungureanu, Cornel, *Europa Centrală. Geografia unei iluzii*, Curtea Veche, București, 2004.

Ungureanu, Cornel, *Mitteuropa 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
1. Tipuri de culturi și civilizații în Antichitate : cultura și civilizația mesopotamiană / cultura și civilizația Egiptului antic / cultura și civilizația ebraică / cultura și civilizația greco-romană – 4h.	Conversația euristică, explicația, dezbateră, problematizarea.	
2.Modelul cultural european - sintetic și integrator - și impunerea lui lumii întregi. Stâlpii modelului cultural european: cultura greco-latină și Creștinismul - 4h.		
3.Curtea de la Versailles și dezvoltarea artelor clasice: Le Nôtre, Le Vau, Le Brun, Poussin, Lully. Tragedie și comedie clasice: Corneille, Racine și Molière – 4h.		
4.Valoriile Luminilor: Newton, Lavoisier, Diderot, Rousseau, Voltaire și condiția umană (Candide), Swift, Constituția americană și founding fathers vs. Epoca Terorii – 4h.		
5.Sturm und Drang și preromantism: Goethe și Schiller. Mme de Staël și Chateaubriand. Coleridge. Romantismul european. Hölderlin, Novalis și Heinrich Heine. Vigny și Musset, respectiv, Shelley, Keats și Lord Byron. Cel de-al treilea gen – drama și „omul-secol”, Victor Hugo. – 4h.		
6.Curențele majore ale sfârșitului de secol al XIX-lea: realism și maeștrii realismului: Balzac, Stendhal, Defoe, Eliot, Tolstoi, Dostoievski, Cehov. Naturalismul și Zola. Modernitatea poetică și simbolismul: Baudelaire, Verlaine și Rimbaud. – 4h.		
7.Secolul al XX-lea. Modernitate și cubism: Apollinaire și Picasso. Suprarealism: Breton, Eluard, Aragon, Dalí. Teatrul absurdului: Beckett, Adamov, Arrabal, Genet. Existențialism: Sartre și Camus. Creatorii de universuri: Faulkner, Márquez, Eco. Cultura română în exil: Eliade, Cioran, Ionescu, M. Lovinescu și V. Ierunca. Secolul al XXI-lea și valorile culturale în epoca post-totalitară. – 4h		
Bibliografie: *** Caietele Echinox, vol. 1, Postcolonialism și postcomunism, Cluj-Napoca, Dacia, 2001 *** Caietele Echinox, vol. 4, Restricții și cenzură, Cluj-Napoca, Dacia, 2002 *** Caietele Echinox, vol. 7, Literatură și totalitarism, Cluj-Napoca, Dacia, 2004 *** Caietele Echinox, vol. 10, Les imaginaires européens, Cluj-Napoca, Dacia, 2006 Antoși, Sorin, Oglinzi retrovizoare. Istorie, memorie și morală în România. Alexandru Zub în dialog cu Sorin Antoși, Iași, Polirom, 2002 Babeți, Adriana, Ungureanu, Cornel, (coord.), Europa Centrală. Nevroze, dileme, utopii, Polirom, Iași, 1997 Babeți, Adriana, Ungureanu, Cornel (coord.), Europa Centrală: memorie, paradis, apocalipsă, 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, Jacques, 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

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.	Evaluarea continuă prin metode orale.	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 sesiunilor.	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
10.09.2025

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

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

Data avizării în departament

15.09.2025

Semnătura directorului de departament

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. Date despre disciplina											
2.1 Denumirea disciplinei				Semiotică							
2.2 Titularul activităților de curs				Prof. univ. dr. Daniel Lucian Gălățanu							
2.3 Titularul activităților de seminar				Lect. dr. Mihaela Rusu							
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					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					23
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Tutoriat					2
Examinări					4
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual	69				
3.8 Total ore pe semestru	56				
3.9 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	• 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. a) Rezultatele învățării

Cunoștințe	Studentul/Absolventul: C.1.1. identifică principalele arii de cercetare în științe ale comunicării - comunicatori, structuri instituționale, organizații, conținut, canal, public/audiențe, efecte; C.1.2. reproduce metodologia teoretică utilizată în cercetarea științifică, constând în efectuarea de cercetări de fond, construirea unei ipoteze și testarea acesteia sau formularea unor întrebări de cercetare, analiza datelor, prezentarea rezultatelor și formularea de concluzii în raport cu nivelul cunoașterii existente; C.1.3. diferențiază între principalele abordări metodologice în domeniul științe ale comunicării – metode cantitative, metode calitative, abordări retorice, discursive și mixte. C.2.1. identifică principalele teorii, modele și elemente ale comunicării directe și mediate tehnologic, în contextul comunicării de masă și comunicării mediate de computer; C.2.2. identifică concepte referitoare la public și audiența mass-media, metode de măsurare, precum și indicatori de audiență specifici canalului tehnologic de comunicare mediatică; C.2.3. identifică structurile de proprietate, mecanismele de control, modele de producție și distribuție specifice sistemelor mass media; C.2.4. identifică elementele care joacă un rol în procesul de formare a opiniei publice, prin care percepțiile și opiniile față de o chestiune în discuție publică sunt formate și întărite, cum ar fi cadrulul informațiilor, tendințele și interesele publicului, procesele psihice și conformismul; C.3.1. distinge între diferite tipuri de conținuturi și moduri de expresie (text, fotografie, audio, video) și tipuri de canale media: presa tipărită, televiziunea, radioul, cinematografia, presa online, platformele digitale, aplicațiile mobile; C.3.3. identifică tehnici de redactare sau structurarea a conținutului (narative, descriptive, expozitive, argumentative sau persuasive) și principii de retorică sau compunere a mesajelor ce vizează îmbunătățirea capacității scriitorilor și vorbitorilor de a informa, convinge sau motiva publicul; C.4.1. clasifică diferitele surse de informare în diferite categorii (cum ar fi date primare și secundare) și pe baza conținutului acestora, a caracteristicilor materiale, a autorilor etc.; C.4.2. diferențiază între probleme sau formulări descriptive și probleme sau formulări prescriptive în contextul evaluării afirmațiilor în comunicarea profesională; C.4.3. diferențiază între tipuri de narațiuni, tipuri de raționamente, elemente de logică, teoria argumentării și retorică sau discurs public pentru a clasifica perspective diferite, respectiv evalua argumente în contextul comunicării profesionale. C.5.1. identifică modele utilizate pentru luarea deciziilor etice sau raționamente morale în problemele din domeniul comunicării; C.6.1. identifică principiile relațiilor publice și managementului reputației și factorii de influență asupra percepțiilor părților interesate sau asupra categoriilor de public în raport cu o organizație, cu marca (brandul) acesteia sau în raport cu o persoană;
Aptitudini	Studentul/Absolventul: A.1.1. redactează un plan de cercetare pe un subiect din domeniul științe ale comunicării; A.1.3. aplică metode de cercetare adecvate temei și subiectului de cercetare; A.1.4. interpretează rezultatele cercetării în scris și prin grafice, diagrame, tabele; A.2.1. selectează modelele care explică o situație de comunicare în contextul unei probleme profesionale; A.2.2. analizează caracteristicile, nevoile și așteptările publicului-țintă utilizând modele, grile, teste, proceduri și aplicații software adecvate în contextul comunicării publice profesionale; A.2.3. adaptează mesaje la diverse situații și categorii sau segmente de public în contextul comunicării profesionale. A.3.1. aplică practici de producție potrivite pentru diferite tipuri de conținuturi și moduri de expresie (text, fotografie, audio, video) și tipuri de canale media: presa tipărită, televiziunea, radioul, cinematografia, presa online, platformele digitale, aplicațiile mobile; A.3.3. aplică principii de retorică sau compunere a mesajelor ce vizează îmbunătățirea capacității scriitorilor și vorbitorilor de a informa, convinge sau motiva publicul; Studentul/Absolventul: A.4.1. aplică procese pentru verificarea unor informații în contextul comunicării profesionale; A.4.2. descoperă erori în argumentație, cadre sau scheme de interpretare distincte oferite de diferite surse în contextul comunicării profesionale;

	A.4.3. analizează cuvinte, expresii, semne și simboluri, precum și relația dintre acestea în raport cu conceptele fundamentale ale semioticii și teoriei narative în contextul analizei profesionale a mesajelor media textuale, vizuale, audiovizuale și multimodale; A.4.4. interpretează valorile și mesajele ideologice și culturale încorporate în produsele media. A.5.1. aplică modele pentru luarea deciziilor etice sau raționamente morale și principiile deontologice sau normele etice care stau la baza organizării și funcționării activităților specifice domeniului științe ale comunicării și modului de organizare a profesiei în probleme din domeniul comunicării, în crearea și distribuirea conținutului pe canale media publice și private;
Responsabilitate și autonomie	R.1.1. elaborează proiecte de cercetare și intervenție în domeniul științe ale comunicării; R.1.2. raportează rezultate, statistici și concluzii în fața unui public într-un mod clar, transparent și simplu. R.2.1. evaluează caracteristicile reprezentării în mass-media și platformele digitale a unei teme, unei persoane, unui grup sau unei categorii sociale; R.2.2. utilizează modelele de comunicare, teorii media și indicatori de audiență pentru a proiecta, adapta sau evalua planuri media; R.2.3. analizează critic pluralitatea de interpretări date și de opinii formulate în contextul reprezentării media a subiectelor și evenimentelor curente. R.3.1. produce un conținut sau produs media în vederea difuzării/publicării pe unul sau mai multe canale sau platforme, utilizând media (text, fotografie, audio, video) separat sau în conjuncție în contextul realizării unui proiect profesional; R.3.2. redactează și editează texte originale de natură creativă, jurnalistice, promoționale, publicitare, de promovare instituțională, funcționale, tehnice sau academice. R.4.1. elaborează o analiză media sau o monitorizare media în raport cu un subiect, o temă, o persoană publică, o organizație sau o marcă; R.4.2. evaluează sursele informațiilor și corectitudinea informațiilor receptate; R.4.3. analizează critic evenimentele curente în politică, economie, comunitățile sociale, sectoarele culturale, pe plan internațional și în sport, precum și tendințele culturale populare, cum ar fi cultura pop și argoul cultural și social și mesajele publice ale persoanele de pe rețelele de socializare / platformele digitale cele mai utilizate în contextul său socio-cultural și profesional. R.5.1. judecă în raport cu modele pentru luarea deciziilor etice, coduri deontologice, respectiv legislației naționale și europene în raport în contextul luării de decizii în probleme profesionale din domeniul comunicării. R.6.1. aplică principii și metodologii specifice domeniului pentru a realiza cercetări ale opiniei publice în raport cu un subiect, o persoană publică, o organizație, o marcă (brand); R.6.2. redactează comunicate de presă și produce alte materiale de relații publice, respectiv mesaje adaptate la specificul diferitelor canale media și platforme digitale pentru a fi utilizate în contextul comunicării unei persoane publice, organizații sau mărci (brand).

6. b) 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 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 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 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	-conversația euristică, explicația, observația, munca independentă, problematizarea, dezbateră, analiza de text;	Studenții au obligația de a parcurge bibliografia de referință.
Bibliografie Barthes, Roland, <i>Mitologii</i> , Traducere, prefață și note de Maria Carpov, Institutul European, 1997 Bouteaud, 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, *Cultură și comunicare. Convergențe teoretice și locuri de mediere*, Traducere de Mădălina Bălășescu, București, Cartea Românească, 2000

Cobley, Paul și Litza Jansz, *Câte ceva despre semiotică*, Editura Curtea Veche, 2004

Dâncu, Vasile Sebastian, *Comunicarea simbolică: Arhitectura discursului publicitar*, Editura Dacia, Cluj-Napoca, 2001.

Eco, Umberto, *O teorie a semioticii*, Traducere din engleză de Cezar Radu și Costin Popescu, Editura Meridiane, 2003

Eco, Umberto, *Tratat de semiotică generală*, Traducere de Anca Giurescu și Cezar Radu, Postfață și note de Cezar Radu, EȘE, București, 1982

Greimas, A.J., *Despre sens. Eseuri semiotice*, București, Editura Univers, 1974

Jurj, Gheorghe, *Realitatea ca semn: C.S.Peirce și deconstrucția tradiției*, Editura Tritonic, București, 2016.

Klinkenberg, Jean-Marie, *Inițiere în semiotică*, Editura Institutul European, Iași, 2004

Narnița, Ionel, *Semiotica*, Editura de Vest, Timișoara, 2007.

Peirce, Charles S., *Semnificație și acțiune*, Prefață de Andrei Marga, Editura Humanitas, București, 1990

Roventă-Frumușani, Daniela, *Semiotică, Societate, Cultură*, Iași, Institutul European, 1999

Roventă-Frumușani, Daniela, *Analiza discursului: Ipoteze și ipostaze*, Editura Tritonic, București, 2004.

Roventă-Frumușani, Daniela, *Introducere în semiotică*, București, Editura Universității, 1991

Sebeok, Thomas A., *Semnele: o introducere în semiotică*, Traducere din engleză după ediția a II-a definitivă, de Sorin Mărculescu, Editura Humanitas, București, 2002

Stănculescu, Traian Dinorel, *La început a fost semnul. O altă introducere în semiotică*, 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	Parcurgerea 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
Lect. dr. Mihaela Rusu

10.09.2025

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 Facultății¹

Semnătura decanului¹

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	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	Practică pentru elaborarea lucrării de licență						
2.2 Titularul activităților de curs							
2.3 Titularul activităților de seminar							
2.4 Anul de studiu	III	2.5 Semestrul	2	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	4	din care: 3.2 curs	-	3.3 semin/laborator/practic	4
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5 curs	-	3.6 semin/laborator/practică	56
Distribuția fondului de timp					69
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					7
Tutoriat					20
Examinări					2
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual		69			
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	- 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. - 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. a) Rezultatele învățării

Cunoștințe	Studentul/Absolventul: C.1.1. identifică principalele arii de cercetare în științe ale comunicării – comunicatori, structuri instituționale, organizații, conținut, canal, public/audiențe, efecte; C.1.2. reproduce metodologia teoretică utilizată în cercetarea științifică, constând în efectuarea de cercetări de fond, construirea unei ipoteze și testarea acesteia sau formularea unor întrebări de cercetare, analiza datelor, prezentarea rezultatelor și formularea de concluzii în raport cu nivelul cunoașterii existente; C.1.3. diferențiază între principalele abordări metodologice în domeniul științe ale comunicării – metode cantitative, metode calitative, abordări retorice, discursive și mixte.
Aptitudini	Studentul/Absolventul: A.1.1. redactează un plan de cercetare pe un subiect din domeniul științe ale comunicării; A.1.2. aplică metode de colectare a datelor, respectând norme de etică a cercetării și prevederile legale în vigoare; A.1.3. aplică metode de cercetare adecvate temei și subiectului de cercetare; A.1.4. interpretează rezultatele cercetării în scris și prin grafice, diagrame, tabele; A.1.5. discută limitele cercetărilor, evaluând critic gradul de generalizare a concluziilor și propune strategii pentru adâncirea/verificarea suplimentară a acestora.
Responsabilitate și autonomie	Studentul/Absolventul R.1.1. elaborează proiecte de cercetare și intervenție în domeniul științe ale comunicării; R.1.2. raportează rezultate, statistici și concluzii în fața unui public într-un mod clar, transparent și simplu.

6. b) 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); 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 Practică pentru întocmirea lucrării de licență este formarea și consolidarea competențelor necesare elaborării unei lucrări de licență în domeniul Științelor Comunicării, prin exersarea etapelor specifice cercetării academice – identificarea temei, formularea ipotezelor sau întrebărilor de cercetare, alegerea metodei, colectarea și interpretarea datelor, structurarea argumentației și redactarea conform normelor academice. Disciplina urmărește dezvoltarea capacității de analiză critică, aplicarea corectă a metodologiei științifice, respectarea eticii academice și exprimarea clară și coerentă a ideilor în formă scrisă și orală.
7.2 Obiectivele specifice	Obiective cognitive Identifică temele relevante de cercetare din domeniul Științelor Comunicării.

	• Recunoaște etapele obligatorii în redactarea unei lucrări științifice. • Distinge între metode cantitative și calitative în cercetarea comunicării. • Explică structura standard a unei lucrări de licență (introducere, cadru teoretic, metodologie, analiză, concluzii). • Clarifică conceptele fundamentale legate de etica cercetării și plagiat. • Selectează surse bibliografice relevante și valide în raport cu tema aleasă. • Analizează modele de structurare a argumentației academice. • Interpretează corect datele obținute în urma unei cercetări aplicate. Obiective procedurale • Elaborează un plan de cercetare adecvat temei alese. • Aplică metode de colectare a datelor în mod riguros și etic. • Structurează și redactează un capitol de analiză a datelor. • Redactează corect o bibliografie conform stilului academic (APA, MLA etc.). • Utilizează instrumente digitale (Google Forms, SPSS, Word etc.) în procesul de cercetare. • Revizuieste textul lucrării din perspectiva coerenței, corectitudinii gramaticale și stilului științific. Obiective atitudinale • Manifestează responsabilitate în respectarea termenelor stabilite pentru predarea etapelor lucrării. • Demonstrează onestitate intelectuală prin evitarea plagiatului și citarea corectă a surselor. • Acceptă feedback constructiv din partea cadrului didactic coordonator. • Dă dovadă de perseverență în procesul de documentare și scriere. • Manifestă deschidere spre îmbunătățirea textului prin rescriere și editare. • Promovează o atitudine etică și profesionistă în procesul de cercetare academică.
--	---

8. Conținuturi

8. 2 Seminar/laborator/practică	Metode de predare	Observații
1. Stabilirea titlului orientativ, a structurii lucrării și a bibliografiei de studiat	conversația euristică,	6 h
2. Pregătirea planului de cercetare detaliată	explicația,	8 h
3. Pregătirea recenziei literaturii de specialitate pe baza surselor academice de specialitate recomandate de către îndrumătorul științific și ale surselor considerate relevante de către student	exercițiul, observația, munca independentă,	14 h
4. Elaborarea metodologiei de cercetare în vederea realizării obiectivelor propuse	activitate pe grupe, problematizarea;	12 h
5. Culegerea și analiza datelor	investigația;	10 h
6. Prezentarea rezultatului final	referatul; proiectul; portofoliul; autoevaluarea	6 h
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 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	-----	-----	
10.5 Seminar/laborator	Capacitatea de a pune în practică corect metodele, conceptele și noțiunile. - Rezolvarea corectă și completă a temelor propuse.	- prezentarea lucrării	maximum 80%
	- Manifestări atitudinale	- Participare activă, conștiinciozitate, interes pentru studiul individual și în grup	20%
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:

Semnătura titularului de seminar:

10.09.2025

Data avizării în catedră:

Semnătură șef catedră:

Prof. univ. dr. Simona Antofi

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	Faptul divers						
2.2 Titularul activităților de curs	Lect. dr. Marius Țuca						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. dr. Marius Țuca						
2.4 Anul de studiu	III	2.5 Semestrul	1x	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					69
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					15
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					25
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Tutoriat					6
Examinări					3
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual		69			
3.9 Total ore pe semestru		125			
3.10 Numărul de credite		5			

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	- Introducere în științele comunicării, Multimedia
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. a) Rezultatele învățării

Cunoștințe	Studentul/Absolventul: C.2.1 – identifică principalele teorii, modele și elemente ale comunicării directe și mediate tehnologic, în contextul comunicării de masă și comunicării mediate de computer; C.2.4 – identifică elementele care joacă un rol în procesul de formare a opiniei publice, prin care percepțiile și opiniile față de o chestiune în discuție publică sunt formate și întărite; C.3.1 – distinge între diferite tipuri de conținuturi și moduri de expresie (text, fotografie, audio, video) și tipuri de canale media; C.3.3 – identifică tehnici de redactare sau structurarea a conținutului (narrative, descriptive, expozitive, argumentative sau persuasive); C.4.1 – clasifică diferitele surse de informare în diferite categorii (cum ar fi date primare și secundare) și pe baza conținutului acestora, a caracteristicilor materiale, a autorilor etc.; C.4.2 – diferențiază între probleme descriptive și prescriptive în evaluarea afirmațiilor în comunicarea profesională; C.5.2 – identifică normele profesionale în raport cu rolul asumat în comunicarea publică; C.5.3 – identifică legislația privind comunicarea publică în mass-media și drepturile de autor.
Aptitudini	Studentul/Absolventul: A.2.1 – selectează modelele care explică o situație de comunicare în contextul unei probleme profesionale; A.2.3 – adaptează mesajele la diverse situații și categorii sau segmente de public în contextul comunicării profesionale; A.3.1 – aplică practici de producție potrivite pentru diferite tipuri de conținuturi și canale media; A.3.2 – aplică norme de ortografie și gramatică pentru asigurarea coerenței și clarității textelor; A.3.3 – aplică principii de retorică sau compunere a mesajelor pentru a informa sau motiva publicul; A.4.1 – aplică procese pentru verificarea unor informații în context profesional; A.4.2 – descoperă erori în argumentație și cadraje în surse diverse; A.5.1 – aplică modele de luare a deciziilor etice și norme deontologice în crearea conținutului media.
Responsabilitate și autonomie	Studentul/Absolventul: R.2.3 – analizează critic pluralitatea de interpretări și opinii formulate în media despre evenimente curente; R.3.1 – produce un conținut media pentru difuzare/publicare utilizând diverse forme (text, audio, vizual); R.3.2 – redactează și editează texte originale jurnalistice; R.4.1 – elaborează o analiză media sau monitorizare media; R.4.2 – evaluează sursele și corectitudinea informațiilor; R.5.1 – judecă în raport cu modelele etice și legislația în vigoare pentru probleme profesionale din comunicare.

6. b) 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 jurnalistice (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 senzationalism 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	dezbateri,	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 jurnalistică: 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	observația, munca	2h
6. Redactarea unui titlu și a unui lead atractiv pentru un fapt divers real	independentă,	2h
7. Exerciții de documentare online pentru subiecte de fapt divers	activitate pe grupe,	2h
8. Realizarea unui dosar tematic cu fapte diverse pe o temă aleasă	problematizarea;	2h
9. Analiza critică a modului de tratare a faptului divers în presa locală	investigația;	2h
10. Simularea unei conferințe de presă în urma unui fapt divers	referatul; proiectul;	2h
11. Evaluarea gradului de senzaționalism dintr-un articol de fapt divers	portofoliul;	2h
12. Realizarea unui material multimedia (text + imagine) pentru un site de știri	autoevaluarea	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, *Discursul știrilor*, Iași, Editura Polirom, 1999.
Preda, Sorin, *Tehnici de redactare în presa scrisă*, Iași, Editura Polirom, 2006.
Randall, David, *Jurnalismul 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.
Bakenhus, 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)	45%
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, discuții pe teme legate de noțiunile studiate.	40%
	- Manifestări atitudinale	- Participare activă, conștiinciozitate, interes pentru studiul individual și în grup	15%
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:

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

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	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					69
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					21
Tutoriat					5
Examinări					3
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual	69				
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	- 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. a) Rezultatele învățării

Cunoștințe	Studentul/Absolventul: C.2.1. Identifică principalele teorii, modele și elemente ale comunicării directe și mediate tehnologic, în contextul comunicării de masă și comunicării mediate de computer. C.2.4. Identifică elementele care joacă un rol în procesul de formare a opiniei publice, prin care percepțiile și opiniile față de o chestiune în discuție publică sunt formate și întărite, cum ar fi cadrulul informațiilor, tendințele și interesele publicului, procesele psihice și conformismul. C.3.1. Distinge între diferite tipuri de conținuturi și moduri de expresie (text, fotografie, audio, video) și tipuri de canale media: presa tipărită, televiziunea, radioul, cinematografia, presa online, platformele digitale, aplicațiile mobile. C.4.1. Clasifică diferitele surse de informare în diferite categorii (cum ar fi date primare și secundare) și pe baza conținutului acestora, a caracteristicilor materiale, a autorilor etc. C.4.3. Diferențiază între tipuri de narațiuni, tipuri de raționamente, elemente de logică, teoria argumentării și retorică sau discurs public pentru a clasifica perspective diferite, respectiv evalua argumente în contextul comunicării profesionale.
Aptitudini	Studentul/Absolventul: A.2.1. selectează modelele care explică o situație de comunicare în contextul unei probleme profesionale; A.2.2. analizează caracteristicile, nevoile și așteptările publicului-țintă utilizând modele, grile, teste, proceduri și aplicații software adecvate în contextul comunicării publice profesionale; A.3.1. aplică practici de producție potrivite pentru diferite tipuri de conținuturi și moduri de expresie (text, fotografie, audio, video) și tipuri de canale media: presa tipărită, televiziunea, radioul, cinematografia, presa online, platformele digitale, aplicațiile mobile; A.3.3. aplică principii de retorică sau compunere a mesajelor ce vizează îmbunătățirea capacității scriitorilor și vorbitorilor de a informa, convinge sau motiva publicul; A.4.3. analizează cuvinte, expresii, semne și simboluri, precum și relația dintre acestea în raport cu conceptele fundamentale ale semioticii și teoriei narative în contextul analizei profesionale a mesajelor media textuale, vizuale, audiovizuale și multimodale.
Responsabilitate și autonomie	Studentul/Absolventul R.2.1. evaluează caracteristicile reprezentării în mass-media și platformele digitale a unei teme, unei persoane, unui grup sau unei categorii sociale; R.2.3. analizează critic pluralitatea de interpretări date și de opinii formulate în contextul reprezentării media a subiectelor și evenimentelor curente; R.3.1. produce un conținut sau produs media în vederea difuzării/publicării pe unul sau mai multe canale sau platforme, utilizând media (text, fotografie, audio, video) separat sau în conjuncție în contextul realizării unui proiect profesional; R.4.1. elaborează o analiză media sau o monitorizare media în raport cu un subiect, o temă, o persoană publică, o organizație sau o marcă; R.4.2. Evaluează sursele informațiilor și corectitudinea informațiilor receptate. R.4.3. Analizează critic evenimentele curente în politică, economie, comunitățile sociale, sectoarele culturale, pe plan internațional și în sport, precum și tendințele culturale populare.

6. b) 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 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. - Manifestează 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;	2 h
2. Administrația publică centrală. Rolul și atribuțiile Președintelui, Parlamentului și Guvernului	prezentări în power-point pentru	2 h

3. Administrația publică locală – descentralizarea și organizarea administrativ-teritorială	stimularea exercițiului reflexiv	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 politicienilor 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; referatul; proiectul; portofoliul; 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, <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., *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 (portofoliu)	50%
10.5 Seminar/laborator	-Capacitatea de a pune în practică corect metodele, conceptele și noțiunile - Rezolvarea corectă și completă a temelor propuse;	- studii de caz, referate; discuții pe teme legate de noțiunile studiate;	40%
	- Manifestări atitudinale	- interes pentru studiul individual și în grup	10%
10.6 Standard minim de performanță			
• utilizarea 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:

Lect. dr. Petrica Pașilea

Semnătura titularului de seminar:

Lect. dr. Petrica Pașilea

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	Mass media și inteligența artificială						
2.2 Titularul activităților de curs	Lect. dr. Marius Țuca						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. dr. Marius Țuca						
2.4 Anul de studiu	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	3	din care: 3.2 curs	1	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	14	3.6 seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp					83
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					15
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					25
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					30
Tutoriat					10
Examinări					3
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual		83			
3.9 Total ore pe semestru		125			
3.10 Numărul de credite		5			

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	- Introducere în științele comunicării, Multimedia
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. a) Rezultatele învățării

Cunoștințe	Studentul/Absolventul: C.1.1. Identifică principalele arii de cercetare în științe ale comunicării – comunicatori, structuri instituționale, organizații, conținut, canal, public/audiențe, efecte. C.2.1. Identifică principalele teorii, modele și elemente ale comunicării directe și mediate tehnologic, în contextul comunicării de masă și comunicării mediate de computer. C.2.3. Identifică structurile de proprietate, mecanismele de control, modele de producție și distribuție specifice sistemelor mass-media. C.2.4. Identifică elementele care joacă un rol în procesul de formare a opiniei publice, cum ar fi cadrulul informațiilor, tendințele publicului, procesele psihice. C.3.1. Distinge între diferite tipuri de conținuturi și moduri de expresie (text, fotografie, audio, video) și tipuri de canale media: presa tipărită, televiziunea, radioul, cinematografia, presa online, platformele digitale, aplicațiile mobile. C.4.1. Clasifică diferitele surse de informare în categorii, pe baza conținutului, autorilor etc. C.5.1. Identifică modele utilizate pentru luarea deciziilor etice sau raționamente morale în problemele din domeniul comunicării. C.5.3. Identifică legislația privind comunicarea publică în mass-media, reglementările aplicabile platformelor digitale și protecția datelor.
Aptitudini	Studentul/Absolventul: A.2.1. Selectează modelele care explică o situație de comunicare în contextul unei probleme profesionale. A.2.2. Analizează caracteristicile, nevoile și așteptările publicului-țintă utilizând aplicații software și instrumente digitale. A.3.1. Aplică practici de producție potrivite pentru diferite tipuri de conținuturi și tipuri de canale media, inclusiv digitale. A.4.1. Aplică procese pentru verificarea unor informații în contextul comunicării profesionale. A.4.3. Analizează semne, simboluri și structuri narative în contexte media multimodale. A.5.2. Evaluează respectarea legislației naționale și europene privind informarea și drepturile de autor în mediul digital. A.7.1. Utilizează instrumente online pentru a comunica și partaja resurse în medii digitale. A.7.5. Utilizează instrumente digitale pentru colectarea, prelucrarea și stocarea datelor și conținutului digital.
Responsabilitate și autonomie	Studentul/Absolventul: R.2.2. Utilizează modelele de comunicare, teorii media și indicatori de audiență pentru a proiecta, adapta sau evalua planuri media. R.3.1. Produce un conținut sau produs media în vederea publicării pe unul sau mai multe canale, inclusiv platforme digitale. R.4.2. Evaluează sursele informațiilor și corectitudinea informațiilor receptate. R.4.3. Analizează critic evenimente curente și tendințe culturale în contextul media și platformelor digitale. R.5.1. Judecă în raport cu modele pentru luarea deciziilor etice și coduri deontologice, în raport cu legislația relevantă. R.7.3. Colaborează cu alte persoane în cadrul unor echipe pentru a rezolva probleme profesionale specifice, inclusiv în contexte tehnologice.

6. b) 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 Mass media și inteligența artificială urmărește formarea unei înțelegeri de ansamblu asupra impactului inteligenței artificiale asupra ecosistemului mediatic contemporan. Sunt analizate implicațiile AI în procesele de producție, diseminare și consum al conținutului media, cu accent pe transformările din jurnalism, comunicare digitală și platformele sociale. Studenții vor dezvolta o perspectivă critică și reflexivă asupra utilizării tehnologiilor algoritmice în mass-media, integrând aspecte etice, profesionale și sociale. Obiectivul este ca aceștia să poată evalua, anticipa și gestiona responsabil provocările și oportunitățile aduse de AI în domeniul comunicării.
7.2 Obiectivele specifice	Obiective cognitive • Cunoașterea conceptelor fundamentale legate de inteligența artificială și aplicabilitatea acestora în mass-media. • Identificarea modurilor în care AI influențează procesele jurnalistice – de la redactare automată la selecția algoritmică a conținutului. • Explicarea rolului rețelelor neuronale și al învățării automate în funcționarea platformelor media digitale. • Analiza relației dintre algoritmi, vizibilitate și formarea opiniei publice. • Diferențierea între diverse tipuri de instrumente AI utilizate în producția media (chatboți, generatoare de conținut, detectoare de fake news). • Descrierea riscurilor legate de utilizarea AI în comunicare: dezinformare, bias algoritmic, manipulare. • Explicarea impactului AI asupra structurilor organizaționale din media (automatizare, restructurare profesională). • Cunoașterea reglementărilor și a principiilor etice privind utilizarea inteligenței artificiale în spațiul public. Obiective procedurale • Aplicarea unor metode de evaluare critică a conținutului media generat sau intermediat de AI. • Utilizarea unor platforme sau aplicații care integrează AI pentru analizarea conținutului mediatic. • Elaborarea unor studii de caz privind impactul inteligenței artificiale asupra practicilor jurnalistice. • Simularea unor scenarii de comunicare asistată de AI în context media. • Compararea performanțelor jurnalismului uman și automatizat în contexte concrete. • Selectarea și aplicarea unor criterii de evaluare a eticii algoritmilor în comunicarea publică. Obiective atitudinale • Manifestarea unei atitudini critice față de automatizarea excesivă a proceselor de comunicare. • Dezvoltarea unei responsabilități sociale în utilizarea tehnologiilor AI în spațiul media. • Susținerea valorilor transparenței și a verificabilității în comunicarea asistată de AI.

	• Deschiderea către explorarea interdisciplinară a relației dintre tehnologie și comunicare. • Promovarea reflecției etice asupra modului în care AI influențează agenda publică și libertatea de exprimare. • Angajarea într-un demers formativ permanent privind noile tehnologii emergente în mass-media.
--	--

8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Inteligența artificială: concepte fundamentale și clasificări	prelegerea,	2h
2. Evoluția relației dintre tehnologie și mass-media: de la digitalizare la automatizare	conversația euristică,	2h
3. Utilizarea AI în jurnalism: redactare automată, agregatoare de știri, moderare de conținut	dezbaterea, explicația,	2h
4. Algoritmi de recomandare și influențarea consumului media	observația;	2h
5. Deepfake, sintetizarea vocii și imaginea falsificată: impactul AI asupra încrederii în media	prezentări în power-point pentru	2h
6. Etica și responsabilitatea în utilizarea AI în spațiul mediatic	stimularea	2h
7. Inteligența artificială și combaterea dezinformării: detecția automată a fake news	exercițiului reflexiv	2h
Andreescu, Mihai, <i>Etica inteligenței artificiale în jurnalism</i>, Editura Polirom, Iași, 2023 Broussard, Meredith, <i>Artificial Unintelligence: How Computers Misunderstand the World</i>, MIT Press, Cambridge, 2018 Coman, Mihai, <i>Introducere în sistemul mass-media</i>, Polirom, Iași, 2007 Diakopoulos, Nicholas, <i>Automating the News: How Algorithms Are Rewriting the Media</i>, Harvard University Press, Cambridge, 2019 Domnoriu, Daniel, <i>Jurnalismul în era algoritmilor. Provocări și dileme etice</i>, Editura Tritonic, București, 2022 Floridi, Luciano, <i>Etica inteligenței artificiale. O introducere</i>, Editura Humanitas, București, 2021 Manovich, Lev, <i>Intelligence and Media: Interfaces of the Future</i>, Verso, Londra, 2020 McStay, Andrew, <i>Emotional AI: The Rise of Empathic Media</i>, SAGE Publications, London, 2018 Miclea, Lucian, <i>Inteligența artificială și transformarea comunicării</i>, Editura Eikon, București, 2021 O'Neil, Cathy, <i>Weapons of Math Destruction: How Big Data Increases Inequality and Threatens Democracy</i>, Crown Publishing, New York, 2016 Radu, Miruna, <i>Mass-media în era automatizării. Inteligență artificială și jurnalism digital</i>, Editura Universității din București, București, 2023 Schwab, Klaus, <i>A patra revoluție industrială</i>, Editura Publica, București, 2018 Vaidhyanathan, Siva, <i>Antisocial Media: How Facebook Disconnects Us and Undermines Democracy</i>, Oxford University Press, New York, 2018		
8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Analiza comparativă între un articol redactat de un jurnalist și unul generat de AI	conversația euristică,	2h
2. Studiu de caz: ChatGPT în mass-media – oportunitate sau amenințare?	explicația,	2h
3. Exercițiu practic: creare de conținut jurnalistic cu ajutorul unui generator AI	exercițiul, observația, munca	2h
4. Discuție ghidată: Etica algoritmilor de selecție a știrilor	independentă,	2h
5. Analiza influenței algoritmilor de recomandare în structura bulei informaționale	activitate pe grupe, problematizarea;	2h
6. Simulare: răspuns de criză gestionat cu sprijin AI în social media	investigația;	2h
7. Investigarea unor cazuri celebre de deepfake și implicațiile lor sociale	referatul; proiectul;	2h
8. Analiza unei platforme de fact-checking asistată de AI (ex. FullFact, Logically AI)	portofoliul; autoevaluarea	2h
9. Evaluarea transparenței platformelor media în ceea ce privește utilizarea AI		2h

10. Atelier de identificare a bias-ului algoritmic în conținutul promovat online		2h
11. Prezentări individuale: exemple de bune practici în utilizarea AI în redacții		2h
12. Discuție aplicată: Chatbotii și relația dintre jurnaliști și public		2h
13. Studiu de caz: TikTok, YouTube, Instagram – cum funcționează algoritmii de promovare?		2h
14. Dezbateri: Ar trebui marcat explicit conținutul generat de AI în spațiul public?		2h
Andreescu, Mihai, <i>Etica inteligenței artificiale în jurnalism</i>, Editura Polirom, Iași, 2023 Broussard, Meredith, <i>Artificial Unintelligence: How Computers Misunderstand the World</i>, MIT Press, Cambridge, 2018 Coman, Mihai, <i>Introducere în sistemul mass-media</i>, Polirom, Iași, 2007 Diakopoulos, Nicholas, <i>Automating the News: How Algorithms Are Rewriting the Media</i>, Harvard University Press, Cambridge, 2019 Domnoriu, Daniel, <i>Jurnalismul în era algoritmilor. Provocări și dileme etice</i>, Editura Tritonic, București, 2022 Floridi, Luciano, <i>Etica inteligenței artificiale. O introducere</i>, Editura Humanitas, București, 2021 Manovich, Lev, <i>Intelligence and Media: Interfaces of the Future</i>, Verso, Londra, 2020 McStay, Andrew, <i>Emotional AI: The Rise of Empathic Media</i>, SAGE Publications, London, 2018 Miclea, Lucian, <i>Inteligența artificială și transformarea comunicării</i>, Editura Eikon, București, 2021 O'Neil, Cathy, <i>Weapons of Math Destruction: How Big Data Increases Inequality and Threatens Democracy</i>, Crown Publishing, New York, 2016 Radu, Miruna, <i>Mass-media în era automatizării. Inteligență artificială și jurnalism digital</i>, Editura Universității din București, București, 2023 Schwab, Klaus, <i>A patra revoluție industrială</i>, Editura Publica, București, 2018 Vaidhyanathan, Siva, <i>Antisocial Media: How Facebook Disconnects Us and Undermines Democracy</i>, Oxford University Press, New York, 2018		

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 definire de concepte, de sinteză și prelucrare a informațiilor;	- evaluarea finală	50%
10.5 Seminar/laborator	Capacitatea de a pune în practică corect noțiunile predate; - Rezolvarea corectă și completă a temelor propuse;	- discuții pe temele legate de noțiunile studiate	50%
10.6 Standard minim de performanță			
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

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	Narațiuni multimedia						
2.2 Titularul activităților de curs	Lect. dr. Mihaela Rusu						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. dr. Mihaela Rusu						
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	3	din care: 3.2 curs	1	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	14	3.6 seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp					83
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					15
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					25
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					30
Tutoriat					10
Examinări					3
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual		83			
3.9 Total ore pe semestru		125			
3.10 Numărul de credite		5			

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	- Introducere în științele comunicării, Multimedia
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. a) Rezultatele învățării

Cunoștințe	Studentul/Absolventul: C.3.1 – distinge între diferite tipuri de conținuturi și moduri de expresie (text, fotografie, audio, video) și tipuri de canale media: presa tipărită, televiziunea, radioul, cinematografia, presa online, platformele digitale, aplicațiile mobile; C.3.3 – identifică tehnici de redactare sau structurare a conținutului (narative, descriptive, expositive, argumentative sau persuasive) și principii de retorică sau compunere a mesajelor ce vizează îmbunătățirea capacității scriitorilor și vorbitorilor de a informa, convinge sau motiva publicul; C.3.4 – distinge caracteristicile și funcționarea programelor software pentru sarcini de birou, sisteme de gestiune de conținut, programe destinate editării, structurării conținutului destinat publicării sau difuzării.
Aptitudini	Studentul/Absolventul: A.3.1 – aplică practici de producție potrivite pentru diferite tipuri de conținuturi și moduri de expresie (text, fotografie, audio, video) și tipuri de canale media: presa tipărită, televiziunea, radioul, cinematografia, presa online, platformele digitale, aplicațiile mobile; A.3.3 – aplică principii de retorică sau compunere a mesajelor ce vizează îmbunătățirea capacității scriitorilor și vorbitorilor de a informa, convinge sau motiva publicul; A.3.4 – utilizează aplicații software pentru compunerea, editarea, formatarea oricărui tip de material scris sau compunerea și editarea de materiale audiovizuale.
Responsabilitate și autonomie	Studentul/Absolventul: R.3.1 – produce un conținut sau produs media în vederea difuzării/publicării pe unul sau mai multe canale sau platforme, utilizând media (text, fotografie, audio, video) separat sau în conjuncție în contextul realizării unui proiect profesional; R.3.2 – redactează și editează texte originale de natură creativă, jurnalistice, promoționale, publicitare, de promovare instituțională, funcționale, tehnice sau academice.

6. b) 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 Narațiuni multimedia este dezvoltarea capacității de a înțelege, construi și evalua structuri narrative adaptate mediilor multimedia, prin îmbinarea creativă a textului, sunetului, imaginii și interactivității. Disciplina urmărește formarea unor competențe aplicative privind producția de conținut digital, cu accent pe storytelling vizual și sonor. Se pune accent pe explorarea diverselor forme narrative contemporane în mediul online, de la reportajele multimedia la poveștile interactive.
7.2 Obiectivele specifice	Obiective cognitive Înțelegerea conceptului de narațiune multimedia și a caracteristicilor sale specifice.

	• Identificarea principalelor componente ale unui storytelling multimedia eficient (text, imagine, sunet, interactivitate). • Analizarea modului în care diferite formate media contribuie la construcția unei narațiuni coerente. • Diferențierea între structurile narative tradiționale și cele digitale, interactive. • Explicarea principiilor de bază ale designului de conținut multimedia. • Recunoașterea diverselor genuri de narațiune multimedia (reportaj interactiv, podcast narativ, documentar digital etc.). • Examinarea impactului pe care platformele digitale îl au asupra modului de construcție și distribuție a poveștilor. • Evaluarea calității unei producții multimedia din punct de vedere narativ, tehnic și etic. Obiective procedurale • Aplicarea principiilor narative în realizarea unor proiecte multimedia (reportaj, interviu, narațiune digitală). • Utilizarea softurilor de bază pentru editare foto, video și audio în cadrul proiectelor de storytelling. • Combinarea diferitelor tipuri de conținut (text, sunet, imagine) într-o formă narativă coerentă. • Crearea de storyboard-uri și scenarii pentru narațiuni multimedia. • Asigurarea coerenței narative și estetice într-un produs multimedia destinat publicării. • Adaptarea conținutului narativ la publicul-țintă și la specificul platformei digitale utilizate. Obiective atitudinale • Manifestarea unei atitudini creative și inovatoare în construcția poveștilor multimedia. • Dezvoltarea unei etici a documentării și reprezentării vizuale și sonore a subiectelor abordate. • Asumarea responsabilității în lucrul în echipă și în respectarea termenelor de predare. • Îmbunătățirea capacității de autoevaluare și de acceptare a feedbackului constructiv. • Cultivarea curiozității față de noile tehnologii narative și formatele emergente. • Promovarea unei abordări reflexive și critice asupra impactului narativelor multimedia în spațiul public.
--	--

8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Definirea și evoluția narațiunii multimedia: de la jurnalism clasic la storytelling digital.	prelegerea, conversația	2h
2. Structura unei narațiuni multimedia: text, imagine, sunet, video, interactivitate.	euristică, dezbateră,	2h
3. Genuri și formate în narațiunea multimedia: reportaj interactiv, documentar digital, podcast narativ.	explicația, observația;	2h
4. Platforme de difuzare și specificul narațiunii pe fiecare tip de mediu (web, social media, aplicații mobile).	prezentări în power-point pentru	2h
5. Tehnici de implicare emoțională a publicului: vocea narativă, ritmul, ambientul sonor și vizual.	stimularea exercițiului reflexiv	2h
6. Etica în narațiunile multimedia: reprezentare, factualitate, manipulare vizuală.		2h

7. Tendințe actuale în storytelling digital: realitate augmentată, VR, inteligență artificială și povești interactive.		2h
Alexa, Florin – <i>Jurnalism digital. De la teorie la practică</i> , Editura Tritonic, București, 2022 Coman, Mihai – <i>Manual de jurnalism. Tehnici fundamentale de redactare</i> , Editura Polirom, Iași, 2009 Constantinescu, Raluca – <i>Storytelling jurnalistic: cum se scrie o poveste adevărată</i> , Editura Tritonic, București, 2017 Crețu, Carmen – <i>Noile media și reconfigurarea discursului narativ</i> , Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza”, Iași, 2013 Hermida, Alfred – <i>Tell Everyone: Why We Share and Why It Matters</i> , Doubleday Canada, 2014 Hess, Jacqui; Jones, Mark – <i>Multimedia Journalism: A Practical Guide</i> , Routledge, Londra, 2016 Lungu, Irina – <i>Scriere creativă pentru mass-media. Ghid practic pentru studenți</i> , Editura Universității din București, 2020 Murray, Janet H. – <i>Hamlet on the Holodeck: The Future of Narrative in Cyberspace</i> , The MIT Press, Cambridge, 1997 Rich, Carole – <i>Writing and Reporting News: A Coaching Method</i> , Wadsworth Cengage Learning, 2015 Sălăvastru, Constantin – <i>Retică și argumentare</i> , Editura Polirom, Iași, 2004 Seligmann, Daniel – <i>Scriere creativă și narațiune digitală</i> , Editura Spandugino, București, 2019 Silva, Carlos Alberto – <i>Digital Storytelling: A Creator’s Guide to Interactive Entertainment</i> , Routledge, Londra, 2019 Zuțu, Alexandra – <i>Povești digitale. Tehnici de storytelling în jurnalismul online</i> , Editura Tritonic, București, 2021		
8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Analiza comparativă a unor proiecte de storytelling multimedia românești și internaționale.	conversația euristică, explicația, exercițiul, observația, munca independentă, activitate pe grupe, problematizarea; investigația; referatul; proiectul; portofoliul; autoevaluarea	2h
2. Exercițiu de adaptare a unui text narativ la un format multimedia.		2h
3. Crearea unui storyboard pentru o narațiune digitală (pe o temă la alegere).		2h
4. Exerciții de scriere narativă pentru voice-over și interfață multimedia.		2h
5. Tehnici de montaj video în funcție de tipul de poveste și ritm narativ.		2h
6. Realizarea unei mini-narațiuni vizuale din imagini și titluri (fără sunet).		2h
7. Atelier de înregistrare și editare audio: construirea unei atmosfere sonore.		2h
8. Editare de text pentru formate multimedia scurte (social video, Instagram story, web story).		2h
9. Proiectarea unei pagini interactive pentru publicarea unui material multimedia.		2h
10. Feedback și peer-review pentru proiecte multimedia în lucru.		2h
11. Simularea unui pitch profesional pentru o poveste multimedia.		2h
12. Studiu de caz: analiza unei campanii multimedia de storytelling (proiecte civice, culturale sau jurnalistice).		2h
13. Lucru în echipă: dezvoltarea unui proiect narativ multimedia pe o temă actuală.		2h
14. Prezentarea finală a proiectelor multimedia și autoevaluare.		2h
Alexa, Florin – <i>Jurnalism digital. De la teorie la practică</i> , Editura Tritonic, București, 2022 Coman, Mihai – <i>Manual de jurnalism. Tehnici fundamentale de redactare</i> , Editura Polirom, Iași, 2009 Constantinescu, Raluca – <i>Storytelling jurnalistic: cum se scrie o poveste adevărată</i> , Editura Tritonic, București, 2017 Crețu, Carmen – <i>Noile media și reconfigurarea discursului narativ</i> , Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza”, Iași, 2013 Hermida, Alfred – <i>Tell Everyone: Why We Share and Why It Matters</i> , Doubleday Canada, 2014 Hess, Jacqui; Jones, Mark – <i>Multimedia Journalism: A Practical Guide</i> , Routledge, Londra, 2016 Lungu, Irina – <i>Scriere creativă pentru mass-media. Ghid practic pentru studenți</i> , Editura Universității din București, 2020 Murray, Janet H. – <i>Hamlet on the Holodeck: The Future of Narrative in Cyberspace</i> , The MIT Press, Cambridge, 1997 Rich, Carole – <i>Writing and Reporting News: A Coaching Method</i> , Wadsworth Cengage Learning, 2015 Sălăvastru, Constantin – <i>Retică și argumentare</i> , Editura Polirom, Iași, 2004 Seligmann, Daniel – <i>Scriere creativă și narațiune digitală</i> , Editura Spandugino, București, 2019 Silva, Carlos Alberto – <i>Digital Storytelling: A Creator’s Guide to Interactive Entertainment</i> , Routledge, Londra, 2019 Zutu, Alexandra – <i>Povești digitale. Tehnici de storytelling în jurnalismul online</i> , Editura Tritonic, Bucuresti, 2021		

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;	- evaluarea finală (verificare)	35%
10.5 Seminar/laborator	- Însușirea și înțelegerea cunoștințelor prezentate în curs. - 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.	- discuții pe teme legate de noțiunile studiate	40%
	- Manifestări atitudinale	- Participare activă, conștiinciozitate, interes pentru studiul individual și în grup	25%
10.6 Standard minim de performanță			
• utilizarea parțial adecvată a terminologiei și a conceptelor asociate disciplinei			

Data completării:

10.09.2025

Semnătura titularului de curs:

Lect. dr. Mihaela Rusu

Semnătura titularului de seminar:

Lect. dr. Mihaela Rusu

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	Marketing și campanii electorale						
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					69
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					15
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					25
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Tutoriat					6
Examinări					3
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual		69			
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	- 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. a) Rezultatele învățării

Cunoștințe	Studentul/Absolventul: C.2.1. identifică principalele teorii, modele și elemente ale comunicării directe și mediate tehnologic, în contextul comunicării de masă și comunicării mediate de computer; C.2.2. identifică concepte referitoare la public și audiența mass-media, metode de măsurare, precum și indicatori de audiență specifici canalului tehnologic de comunicare mediatică; C.2.4. identifică elementele care joacă un rol în procesul de formare a opiniei publice, prin care percepțiile și opiniile față de o chestiune în discuție publică sunt formate și întărite, cum ar fi cadrulul informațiilor, tendințele și interesele publicului, procesele psihice și conformismul; C.3.3. identifică tehnici de redactare sau structurarea a conținutului (narative, descriptive, expozitive, argumentative sau persuasive) și principii de retorică sau compunere a mesajelor ce vizează îmbunătățirea capacității scriitorilor și vorbitorilor de a informa, convinge sau motiva publicul; C.6.1. identifică principiile relațiilor publice și managementului reputației și factorii de influență asupra percepțiilor părților interesate sau asupra categoriilor de public în raport cu o organizație, cu marca (brandul) acesteia sau în raport cu o persoană; C.6.2. diferențiază între strategiile și design-urile de comunicare specifice diferitelor contexte de comunicare organizaționale sau situaționale (comunicarea în situații de risc, în situații de criză, pentru producția schimbării sociale, pentru elaborarea politicilor publice, a politicilor interne etc.).
Aptitudini	Studentul/Absolventul: A.2.1. selectează modelele care explică o situație de comunicare în contextul unei probleme profesionale; A.2.2. analizează caracteristicile, nevoile și așteptările publicului-țintă utilizând modele, grile, teste, proceduri și aplicații software adecvate în contextul comunicării publice profesionale; A.2.3. adaptează mesajele la diverse situații și categorii sau segmente de public în contextul comunicării profesionale; A.3.3. aplică principii de retorică sau compunere a mesajelor ce vizează îmbunătățirea capacității scriitorilor și vorbitorilor de a informa, convinge sau motiva publicul; A.6.1. evaluează percepția publică, participă în rețele profesionale și inițiază conversații în raport cu o persoană publică, o organizație sau o marcă (brand).
Responsabilitate și autonomie	Studentul/Absolventul: R.2.2. utilizează modelele de comunicare, teorii media și indicatori de audiență pentru a proiecta, adapta sau evalua planuri media; R.2.3. analizează critic pluralitatea de interpretări date și de opinii formulate în contextul reprezentării media a subiectelor și evenimentelor curente; R.4.3. analizează critic evenimentele curente în politică, economie, comunitățile sociale, sectoarele culturale, pe plan internațional și în sport, precum și tendințele culturale populare, cum ar fi cultura pop și argoul cultural și social și mesajele publice ale persoanelor de pe rețelele de socializare / platformele digitale cele mai utilizate în contextul său socio-cultural și profesional; R.6.1. aplică principii și metodologii specifice domeniului pentru a realiza cercetări ale opiniei publice în raport cu un subiect, o persoană publică, o organizație, o marcă (brand); R.6.2. redactează comunicate de presă și produce alte materiale de relații publice, respectiv mesaje adaptate la specificul diferitelor canale media și platforme digitale pentru a fi utilizate în contextul comunicării unei persoane publice, organizații sau mărci (brand).

6. b) 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. Definirea marketingului politic. Delimitări conceptuale.	prelegerea,	2h
2. Tipuri de marketing politic: electoral, guvernamental, instituțional.	conversația	2h
3. Componentele mixului de marketing politic.	euristică,	2h

4. Branding politic: imaginea candidatului și identitatea partidului.	dezbateri, explicația, observația; prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului reflexiv	2h	
5. Strategii de poziționare pe scena politică.		2h	
6. Segmentarea și targetarea electoratului.		2h	
7. Comportamentul electoral: factori psihologici și socio-demografici.		2h	
8. Cercetarea de piață în campaniile electorale.		2h	
9. Rolul mass-media în campania electorală.		2h	
10. Social media și noile forme de comunicare politică.		2h	
11. Discursul politic: structură, stiluri, strategii persuasive.		2h	
12. Etica în marketingul politic și limitele comunicării electorale.		2h	
13. Fake news, manipulare și dezinformare în campaniile electorale.		2h	
14. Studiu de caz: analiza comparativă a unor campanii electorale de succes.		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. 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.	obsevația, munca	2h	
6. Simulare de campanie electorală (roluri: candidat, staff, electorat).	independentă,	2h	
7. Construirea unui mesaj electoral adaptat pentru social media.	activitate pe grupe,	2h	
8. Elaborarea unui plan de comunicare electorală pe o lună.	problematizarea;	2h	
9. Exerciții de analiză a dezbaterilor televizate.	investigația;	2h	
10. Studiu de caz: eșecuri notorii în campanii electorale.	referatul; proiectul;	2h	
11. Workshop: folosirea storytelling-ului în marketingul politic.	portofoliul;	2h	
12. Evaluarea credibilității surselor de informare electorală.	autoevaluarea	2h	
13. Monitorizarea presei în timpul unei campanii reale.		2h	
14. Analiza retoricii unui discurs politic contemporan.		2h	
Bardan, Alexandra, <i>Marketing politic în România înainte și după 1989</i> , Editura Tritonic, București, 2001; 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. <i>d practic pentru presa scrisă</i> , Iași, Editura Polirom, 1998.			

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)	50%
10.5 Seminar/laborator	- Capacitatea de a pune în practică corect metodele, conceptele și noțiunile - Rezolvarea corectă și completă a temelor propuse;	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 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	Lect. dr. Marius Țuca						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. dr. Marius Țuca						
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					69
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					15
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					25
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Tutoriat					6
Examinări					3
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual		69			
3.9 Total ore pe semestru		125			
3.10 Numărul de credite		5			

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	- Introducere în științele comunicării, Multimedia
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. a) Rezultatele învățării

Cunoștințe	Studentul/Absolventul: C.2.1. Identifică principalele teorii, modele și elemente ale comunicării directe și mediate tehnologic, în contextul comunicării de masă și comunicării mediate de computer. C.2.4. Identifică elementele care joacă un rol în procesul de formare a opiniei publice, cum ar fi cadrulul informațiilor, tendințele și interesele publicului, procesele psihice și conformismul. C.5.1. Identifică modele utilizate pentru luarea deciziilor etice sau raționamente morale în problemele din domeniul comunicării. C.5.2. Identifică normele profesionale în raport cu rolul asumat în comunicarea publică. C.5.3. Identifică legislația privind comunicarea publică în mass-media, reglementările audiovizualului, protecția datelor cu caracter personal etc. C.6.1. Identifică principiile relațiilor publice și managementului reputației și factorii de influență asupra percepțiilor publicului.
Aptitudini	Studentul/Absolventul: A.2.1. Selectează modelele care explică o situație de comunicare în contextul unei probleme profesionale. A.2.2. Analizează caracteristicile, nevoile și așteptările publicului-țintă în comunicarea publică profesională. A.2.3. Adaptează mesaje la diverse situații și categorii sau segmente de public. A.5.1. Aplică modele pentru luarea deciziilor etice și principiile deontologice în crearea și distribuirea conținutului. A.5.2. Evaluează respectarea legislației privind informarea, drepturile de autor etc. A.6.1. Evaluează percepția publică și participă la dialoguri profesionale privind o criză de imagine.
Responsabilitate și autonomie	Studentul/Absolventul: R.2.1. Evaluează caracteristicile reprezentării media a unei teme, persoane sau instituții. R.2.2. Utilizează modele de comunicare și teorii media pentru a proiecta sau evalua planuri de comunicare. R.5.1. Judecă conform codurilor deontologice și legislației în luarea deciziilor în situații profesionale. R.6.1. Aplică principii și metodologii pentru cercetarea opiniei publice în context de criză. R.6.2. Redactează comunicate de presă și produce mesaje adaptate canalelor media în contexte sensibile.

6. b) 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	dezbateră,	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	2h
2. Simulare: conferință de presă în timpul unei crize (roluri: oficial, jurnalist, cetățean)	euristică, 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)	observația, 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;	2h
9. Construirea unui plan de comunicare de criză pentru o instituție publică	autoevaluarea	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., *Crisis Leadership: Planning for the Unthinkable*, Wiley, New Jersey, 2004.
 Nicolescu, Liliana, *Imaginea instituțională în comunicarea de criză*, Editura Universității din București, 2015.
 Sasu, Andreea, *Comunicare strategică în situații de criză*, Editura Polirom, Iași, 2020.
 Seeger, Matthew W., Sellnow, Timothy L., Ulmer, Robert R., *Effective Crisis Communication: Moving from Crisis to Opportunity*, 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;	- evaluarea finală (verificare)	50%
10.5 Seminar/laborator	- Capacitatea de a pune în practică corect metodele, conceptele și noțiunile - Rezolvarea corectă și completă a temelor propuse;	- studii de caz, portofolii, referate, discuții pe teme legate de noțiunile studiate	40%
	- Manifestări atitudinale	- interes pentru studiul individual și în grup	10%
10.6 Standard minim de performanță			
• însușirea noțiunilor de bază ale 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:

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

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	Jurnalismul în social media						
2.2 Titularul activităților de curs	Lect. dr. Marius Țuca						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. dr. Marius Țuca						
2.4 Anul de studiu	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	3	din care: 3.2 curs	1	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	14	3.6 seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp					83
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					15
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					25
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					30
Tutoriat					10
Examinări					3
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual		83			
3.9 Total ore pe semestru		125			
3.10 Numărul de credite		5			

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	- Introducere în științele comunicării, Multimedia
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. a) Rezultatele învățării

Cunoștințe	Studentul/Absolventul: C.2.1 – identifică principalele teorii, modele și elemente ale comunicării directe și mediate tehnologic, în contextul comunicării de masă și comunicării mediate de computer; C.2.2 – identifică concepte referitoare la public și audiența mass-media, metode de măsurare, precum și indicatori de audiență specifici canalului tehnologic de comunicare mediatică; C.2.4 – identifică elementele care joacă un rol în procesul de formare a opiniei publice, cum ar fi cadrulul informațiilor, tendințele și interesele publicului, procesele psihice și conformismul; C.3.1 – distinge între diferite tipuri de conținuturi și moduri de expresie (text, fotografie, audio, video) și tipuri de canale media: presa tipărită, televiziunea, radioul, cinematografia, presa online, platformele digitale, aplicațiile mobile; C.3.3 – identifică tehnici de redactare sau structurare a conținutului și principii de retorică sau compunere a mesajelor ce vizează informarea, convingerea sau motivarea publicului; C.4.1 – clasifică sursele de informare în categorii și pe baza caracteristicilor lor; C.5.3 – identifică legislația privind comunicarea publică în mass-media, drepturile de autor, comunicarea pe platformele digitale, protecția datelor cu caracter personal.
Aptitudini	Studentul/Absolventul: A.2.1 – selectează modelele care explică o situație de comunicare în contextul unei probleme profesionale; A.2.2 – analizează caracteristicile, nevoile și așteptările publicului-țintă utilizând aplicații și proceduri adecvate; A.2.3 – adaptează mesajele la diverse categorii de public în contexte profesionale; A.3.1 – aplică practici de producție pentru diverse tipuri de conținut (text, foto, video, audio) în social media; A.3.4 – utilizează aplicații software pentru compunerea și editarea conținutului digital; A.4.1 – aplică procese de verificare a informațiilor; A.5.1 – aplică modele de luare a deciziilor etice și principii deontologice în crearea și distribuirea de conținut digital; A.7.1 – utilizează instrumente online pentru a comunica și partaja resurse în medii digitale; A.7.5 – utilizează instrumente digitale pentru gestionarea datelor și a conținutului în proiecte jurnalistice.
Responsabilitate și autonomie	Studentul/Absolventul: R.2.1 – evaluează caracteristicile reprezentării în mass-media și platformele digitale; R.2.3 – analizează critic pluralitatea de interpretări din media privind subiecte și evenimente curente; R.3.1 – produce conținut media pentru platforme digitale, utilizând formate mixte (text, foto, audio, video); R.4.1 – elaborează analize media/monitorizări ale prezenței online a unor persoane sau organizații; R.5.1 – judecă în raport cu coduri etice și legislație privind comunicarea online; R.7.1 – inițiază colaborări și comunicare prin instrumente digitale; R.7.3 – colaborează în echipă pentru a rezolva probleme profesionale specifice jurnalismului digital.

6. b) 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 jurnalistice (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 Jurnalismul în social media este de a familiariza studentul cu transformările jurnalismului în contextul digital, prin explorarea specificului producției, distribuirii și consumului de conținut jurnalistic în rețelele sociale. Cursul își propune dezvoltarea capacității de analiză critică a practicilor jurnalistice digitale, de înțelegere a logicii platformelor și de aplicare a principiilor etice în medii interactive, în vederea formării unui profesionist capabil să producă și să gestioneze responsabil conținut jurnalistic în ecosistemul digital actual.
7.2 Obiectivele specifice	Obiective cognitive • Identificarea principalelor caracteristici ale jurnalismului practicat pe rețelele sociale. • Explicarea modului în care algoritmi influențează vizibilitatea conținutului jurnalistic. • Descrierea tipologiilor de platforme sociale și a logicii acestora de funcționare mediatică. • Compararea diferențelor dintre jurnalismul tradițional și jurnalismul în social media. • Analiza modului în care publicul participă activ în procesul jurnalistic online (comentarii, partajare, reacții). • Identificarea riscurilor legate de dezinformare și manipulare în spațiul social media. • Examinarea impactului influencerilor și creatorilor de conținut asupra ecosistemului informațional. • Aplicarea principiilor etice în contextualizarea conținutului jurnalistic digital. Obiective procedurale • Crearea și gestionarea unui profil jurnalistic pe o platformă social media. • Planificarea și redactarea unui conținut jurnalistic adaptat pentru formatul rețelelor sociale. • Utilizarea unor instrumente digitale pentru monitorizarea interacțiunilor și a indicatorilor de audiență. • Verificarea surselor și combaterea fake news prin tehnici specifice OSINT (Open Source Intelligence). • Proiectarea unui plan editorial pentru o pagină de știri pe social media. • Adaptarea limbajului, formatului și ritmului de publicare la specificul platformelor digitale. Obiective atitudinale • Respectarea normelor deontologice ale profesiei jurnalistice în mediile digitale. • Deschiderea către feedbackul publicului și interacțiunea responsabilă în spațiul online. • Creșterea critică față de sursele necredibile și informațiile virale neverificate. • Manifestarea interesului pentru inovație și experiment în formele narative ale jurnalismului digital.

	Conștientizarea responsabilității sociale în diseminarea de conținut în rețelele sociale.
--	---

8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Definirea jurnalismului digital și jurnalismului practicat pe rețelele sociale	prelegerea, conversația	2h
2. Tipuri de platforme social media și specificul jurnalistic al fiecăreia	euristică,	2h
3. Evoluția relației jurnalist–public în era interactivității	dezbaterea,	2h
4. Algoritmii platformelor și impactul asupra diseminării conținutului	explicația,	2h
5. Deontologia jurnalistică în social media: transparentă, responsabilitate, credibilitate	observația; prezentări în	2h
6. Fake news, clickbait și fenomenul post-adevăr: provocări și soluții	power-point pentru	2h
7. Rolul influencerilor și creatorilor de conținut în ecologia informațională	stimularea exercițiului reflexiv	2h
Bădău, Horea Mihai, <i>Tehnici de comunicare în social media</i>. Editura Polirom, Iași, 2011. Coman, Mihai, <i>Manual de jurnalism</i>. Vol. I–II. Editura Polirom, Iași, 2009. Coman, Mihai, <i>Introducere în sistemul mass-media</i>. Editura Polirom, Iași, 2007. Drăgan, Ioan, <i>Comunicarea: paradigme și teorii</i>. Editura Comunicare.ro, București, 2007. Ghersetti, Marina, <i>Digital Journalism: The Past, the Present and the Future</i>. Nordicom Review, 2017. Gillmor, Dan, <i>We the Media: Grassroots Journalism by the People, for the People</i>. O'Reilly Media, 2004. 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. Pătruț, Monica, <i>Comunicarea politică online în România</i>. Editura Institutul European, Iași, 2013. 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. Analiza comparativă între o știre de presă clasică și versiunea sa pe social media	conversația euristică,	2h
2. Studiu de caz: o campanie media derulată exclusiv pe rețele sociale	explicația,	2h
3. Exercițiu: redactarea unei știri pentru Instagram, Facebook și TikTok	exercițiul,	2h
4. Simulare: moderarea comentariilor la o postare jurnalistică sensibilă	obsevația, munca	2h
5. Exercițiu practic de fact-checking folosind surse deschise	independentă,	2h
6. Analiza unui cont de jurnalist/instituție media pe social media (strategie, ton, ritm)	activitate pe grupe, problematizarea;	2h
7. Exercițiu: adaptarea unei anchete sau interviu pentru un format video scurt (Reels/Shorts)	investigația; referatul; proiectul;	2h
8. Atelier de editare video pentru social media (format vertical, subtitrări, titluri)	portofoliul; autoevaluarea	2h
9. Monitorizarea interacțiunilor: reach, engagement, reacții negative și gestionarea crizelor		2h
10. Etică și responsabilitate: dileme reale și dezbateri simulate		2h
11. Construcția unui brand jurnalistic personal pe rețelele sociale		2h
12. Analiza unui caz de viralizare a unei știri false și impactul său		2h
13. Jurnalismul civic și participativ: exemple de bune practici		2h
14. Proiect colectiv: crearea și gestionarea unei pagini de știri pe o rețea socială, pe durata semestrului		2h
Bădău, Horea Mihai, <i>Tehnici de comunicare în social media</i>. Editura Polirom, Iași, 2011. Coman, Mihai, <i>Manual de jurnalism</i>. Vol. I–II. Editura Polirom, Iași, 2009. Coman, Mihai, <i>Introducere în sistemul mass-media</i>. Editura Polirom, Iași, 2007. Drăgan, Ioan, <i>Comunicarea: paradigme și teorii</i>. Editura Comunicare.ro, București, 2007. Ghersetti, Marina, <i>Digital Journalism: The Past, the Present and the Future</i>. Nordicom Review, 2017.		

Gillmor, Dan, *We the Media: Grassroots Journalism by the People, for the People*. O'Reilly Media, 2004.
 Jones, Janet & Salter, Lee, *Digital Journalism*. Sage Publications, 2012.
 Miroiu, Adrian, *Etica informației și a comunicării*. Editura Polirom, Iași, 2008.
 Negrea, Cristian, *Jurnalism digital. Provocări și tendințe*. Editura Tritonic, București, 2022.
 Pătruț, Monica, *Comunicarea politică online în România*. Editura Institutul European, Iași, 2013.
 Popescu, Cristian Florin, *Dicționar de jurnalism, relații publice și publicitate*. Editura Tritonic, București, 2002.
 Radu, Raluca (coord.), *Jurnalismul digital în România: Tendințe și provocări*. Editura Universității din București, 2021.

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;	- evaluarea finală (verificare)	40%
10.5 Seminar/laborator	- Capacitatea de a pune în practică corect metodele, conceptele și noțiunile; - Rezolvarea corectă și completă a temelor propuse;	discuții pe teme legate de noțiunile studiate	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 • 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:

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

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	Vloguri și podcast						
2.2 Titularul activităților de curs	Lect. dr. Marius Țuca						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. dr. Marius Țuca						
2.4 Anul de studiu	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	3	din care: 3.2 curs	1	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	14	3.6 seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp					83
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					15
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					25
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					30
Tutoriat					10
Examinări					3
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual		83			
3.9 Total ore pe semestru		125			
3.10 Numărul de credite		5			

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	
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. a) Rezultatele învățării

Cunoștințe	Studentul/Absolventul: C.2.1. identifică principalele teorii, modele și elemente ale comunicării directe și mediate tehnologic C.2.2. identifică concepte referitoare la public și audiența mass-media, metode de măsurare, indicatori de audiență C.3.1. distinge între diferite tipuri de conținuturi și moduri de expresie (text, fotografie, audio, video) C.3.3. identifică tehnici de redactare sau structurare a conținutului și principii de retorică C.3.4. distinge caracteristicile și funcționarea programelor software pentru editare și difuzare C.4.3. diferențiază între tipuri de narațiuni, raționamente, retorică și discurs public C.5.1. identifică modele pentru luarea deciziilor etice C.5.3. identifică legislația privind comunicarea publică și privată pe platformele digitale
Aptitudini	Studentul/Absolventul: A.2.2. analizează caracteristicile și nevoile publicului-țintă A.2.3. adaptează mesajele la diverse categorii de public A.3.1. aplică practici de producție pentru diverse tipuri de conținuturi media A.3.3. aplică principii de retorică pentru a informa, convinge sau motiva publicul A.3.4. utilizează aplicații software pentru compunerea și editarea materialelor audio și video A.7.1. utilizează instrumente online pentru a comunica și partaja resurse în medii digitale A.7.5. utilizează instrumente digitale pentru gestionarea conținutului digital
Responsabilitate și autonomie	Studentul/Absolventul: R.2.2. utilizează modele media și indicatori de audiență pentru evaluarea planurilor media R.3.1. produce un conținut media pentru difuzare pe canale/platforme digitale R.3.2. redactează și editează texte originale cu scopuri creative sau promoționale R.4.3. analizează critic evenimente și tendințe culturale populare și conținut digital R.5.1. judecă în raport cu coduri etice și legislație în context profesional R.7.1. inițiază legături și colaborează cu alții prin instrumente digitale R.7.4. planifică și respectă termene pentru proiecte media

6. b) 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	Cursul Vloguri și podcast urmărește dezvoltarea competențelor teoretice și practice necesare pentru conceperea, realizarea și distribuirea de conținut multimedia în format vlog și podcast. Accentul este pus pe înțelegerea specificului narativ, tehnologic și etic al acestor formate, în contextul ecosistemului digital contemporan. Studenții vor învăța să adapteze mesajele la cerințele platformelor sociale și să utilizeze mijloace tehnice și editoriale adecvate pentru a comunica eficient cu diverse tipuri de public. Totodată, cursul stimulează gândirea critică în evaluarea impactului social și cultural al acestor forme emergente de jurnalism și exprimare publică.
7.2 Obiectivele specifice	Obiective cognitive

	• Înțelegerea specificului narativ și tehnologic al formatelor vlog și podcast. • Identificarea etapelor de planificare și producție a unui vlog sau podcast. • Cunoașterea platformelor digitale relevante pentru distribuirea vlogurilor și podcasturilor. • Explicarea diferențelor dintre comunicarea audiovizuală și cea audio în context digital. • Recunoașterea cerințelor tehnice minime necesare pentru înregistrarea și editarea de conținut. • Analiza tendințelor actuale în consumul de conținut audio și video în mediul online. • Înțelegerea principiilor de storytelling aplicabile în vloguri și podcasturi. • Identificarea normelor etice și legale privind drepturile de autor, intimitatea și exprimarea publică în mediul digital. Obiective procedurale • Elaborarea unui plan editorial pentru o serie de episoade de vlog sau podcast. • Aplicarea tehnicilor de înregistrare audio și video folosind echipamente accesibile. • Utilizarea software-urilor de editare audio (ex: Audacity) și video (ex: DaVinci Resolve, Premiere Rush). • Adaptarea conținutului la caracteristicile și așteptările publicului-țintă. • Publicarea unui vlog sau podcast pe platforme digitale (ex: YouTube, Spotify, Apple Podcasts). • Realizarea promovării conținutului prin rețele sociale și alte canale digitale. Obiective atitudinale • Asumarea responsabilității pentru conținutul publicat și impactul său asupra publicului. • Manifestarea interesului pentru exprimarea creativă, autentică și respectuoasă în spațiul online. • Dezvoltarea spiritului de colaborare în cadrul proiectelor multimedia. • Respectarea diversității de opinii și a regulilor de comunicare etică. • Exersarea auto-disciplinei în gestionarea unui calendar de producție și publicare. • Dezvoltarea unei atitudini critice față de tendințele din cultura digitală și rolul creatorilor de conținut.
--	---

8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Definirea și evoluția formatelor de tip vlog și podcast	prelegerea,	2h
2. Caracteristicile comunicării digitale în formatele audio și video	conversația	2h
3. Tipologii de vloguri și podcasturi: educative, narative, de opinie, documentare etc.	euristică,	2h
4. Publicurile formatelor vlog/podcast: comportamente, preferințe și fidelizare	dezbateră,	2h
5. Storytelling digital: structura unui episod eficient	explicația,	2h
6. Etica și legislația în vlog și podcast (drepturi de autor, intimitate, dezinformare)	observația;	2h
7. Monetizarea și promovarea conținutului: publicitate, crowdfunding, parteneriate	prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului reflexiv	2h

Bârgăoanu, Alina (coord.), <i>Fake News. Noua cursă a înarmării</i>, București, Editura Evrika, 2018. Borțun, Dumitru, <i>Retorica modernă. Teorie și practică</i>, București, Editura SNSPA, 2020. Berry, Richard, <i>Podcasting: New aural cultures and digital media</i>, London, Palgrave Macmillan, 2016. Coman, Mihai, <i>Introducere în sistemul mass-media</i>, Iași, Editura Polirom, 2007. Costea, Carmen, <i>Comunicare și mass-media digitală</i>, București, Editura ASE, 2022. Dobre, Mihai, <i>Podcasturi. Vocea digitală a jurnalismului independent</i>, Cluj-Napoca, Editura Tritonic, 2021. Green, Joshua, <i>YouTube: Online video and participatory culture</i>, Cambridge, Polity Press, 2009. McKee, Robert, <i>Storynomics: Story-driven marketing in the post-advertising world</i>, New York, Hachette Books, 2018. Pavel, Ana-Maria, <i>Strategii de conținut în social media</i>, București, Editura Universitară, 2020. Rainie, Lee; Weller, Kaitlin, <i>Networked: The new social operating system</i>, Cambridge, MIT Press, 2012. Runcan, Petru Ilie, <i>Vloggingul între autoexpunere și influență socială</i>, Timișoara, Editura Pro Universitaria, 2021.		
8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Analiza comparativă a două podcasturi românești	conversația	2h
2. Evaluarea strategiilor de engagement în vlogurile populare	euristică,	2h
3. Simularea unei ședințe de brainstorming pentru un canal de vlog	explicația,	2h
4. Realizarea unui plan editorial pentru o miniserie de podcasturi	exercițiul,	2h
5. Exerciții de voice training pentru înregistrarea audio	obsevația, munca	2h
6. Exerciții de vorbire liberă și expresivitate în fața camerei	independentă,	2h
7. Înregistrarea unui fragment audio și analiza calității sunetului	activitate pe grupe,	2h
8. Editarea de bază a unui fișier audio în Audacity	problematizarea;	2h
9. Realizarea unui intro/outro pentru podcast	investigația;	2h
10. Înregistrarea unei secvențe de vlog (max. 3 minute) cu telefonul mobil	referatul; proiectul;	2h
11. Analiza mesajului și a construcției vizuale în vloguri documentare	portofoliul;	2h
12. Aplicarea principiilor SEO pentru titluri și descrieri YouTube	autoevaluarea	2h
13. Promovarea unui episod printr-o campanie pe social media		2h
14. Feedback colaborativ: evaluarea unui podcast realizat de colegi		2h
Bârgăoanu, Alina (coord.), <i>Fake News. Noua cursă a înarmării</i>, București, Editura Evrika, 2018. Borțun, Dumitru, <i>Retorica modernă. Teorie și practică</i>, București, Editura SNSPA, 2020. Berry, Richard, <i>Podcasting: New aural cultures and digital media</i>, London, Palgrave Macmillan, 2016. Coman, Mihai, <i>Introducere în sistemul mass-media</i>, Iași, Editura Polirom, 2007. Costea, Carmen, <i>Comunicare și mass-media digitală</i>, București, Editura ASE, 2022. Dobre, Mihai, <i>Podcasturi. Vocea digitală a jurnalismului independent</i>, Cluj-Napoca, Editura Tritonic, 2021. Green, Joshua, <i>YouTube: Online video and participatory culture</i>, Cambridge, Polity Press, 2009. McKee, Robert, <i>Storynomics: Story-driven marketing in the post-advertising world</i>, New York, Hachette Books, 2018. Pavel, Ana-Maria, <i>Strategii de conținut în social media</i>, București, Editura Universitară, 2020. Rainie, Lee; Weller, Kaitlin, <i>Networked: The new social operating system</i>, Cambridge, MIT Press, 2012. Runcan, Petru Ilie, <i>Vloggingul între autoexpunere și influență socială</i>, Timișoara, Editura Pro Universitaria, 2021.		

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 (verificare)	40%
10.5 Seminar/laborator	- Capacitatea de a pune în practică corect metodele, conceptele și noțiunile	comentarii și discuții pe teme legate de noțiunile studiate	40%

	- Manifestări atitudinale	- Participare activă, conștiinciozitate, interes pentru studiul individual și în grup	20%
10.6 Standard minim de performanță			
• utilizarea 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