

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	Deontologie profesională						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Cătălin Negoită						
2.3 Titularul activităților de seminar	Conf. univ. dr. Cătălin Negoită						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	Obl.

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	2	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	-
3.4 Total ore din planul de învățământ	28	din care: 3.5 curs	14	3.6 seminar/laborator	-
Distribuția fondului de timp					72
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					25
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					25
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Tutoriat					
Examinări					2
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual		72			
3.9 Total ore pe semestru		100			
3.10 Numărul de credite		4			

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	
4.2 de competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	- sală de curs, videoproiector, tablă smart, laptop, conexiune la internet, software necesare prezentărilor (powerpoint, pdf) - cursul va fi completat cu activități individuale pe baza suportului/notițelor de curs și a materialelor bibliografice
5.2. de desfășurare a seminarului	- sala de seminar, videoproiector, laptop, conexiune la internet, software necesare prezentărilor, planșe, fișe de lucru - 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.1.2. 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.4.2. Diferențiază între probleme sau formulări descriptive și probleme sau formulări prescriptive în contextul evaluării afirmațiilor în comunicarea profesională. 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, legislația presei, reglementările aplicabile comunicării audio-vizuale, legislația privind drepturile de autor, legislația privind comunicarea publică și privată pe platformele digitale, elemente de legislație în domeniul protecției datelor cu caracter personal.
Aptitudini	Studentul/Absolventul: A.1.2. Aplică metode de colectare a datelor, respectând norme de etică a cercetării și prevederile legale în vigoare. 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.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. A.5.2. Evaluează respectarea legislației naționale și europene privind liberul acces la informație, proprietatea intelectuală, drepturile de autor, copyright-ul etc. în procesul comunicării profesionale și în activitățile de informare-documentare.
Responsabilitate și autonomie	Studentul/Absolventul R.1.2. Raportează rezultate, statistici și concluzii în fața unui public într-un mod clar, transparent și simplu. R.4.2. Evaluează sursele informațiilor și corectitudinea informațiilor receptate. R.5.1. Judecă în raport cu modele pentru luarea deciziilor etice, coduri deontologice, respectiv legislației naționale și europene în contextul luării de decizii în probleme profesionale din domeniul comunicării.

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 Deontologie profesională este înțelegerea și aplicarea principiilor etice, a normelor de conduită și a standardelor de integritate. Cursul își propune să familiarizeze studenții cu principalele concepte legate de deontologie profesională. Accentul este pus pe dezvoltarea gândirii critice și a capacității de a recunoaște și gestiona dilemele etice din sfera profesională.
7.2 Obiectivele specifice	Obiective cognitive • Identificarea principiilor fundamentale ale deontologiei profesionale. • Explicarea diferențelor dintre normele morale, legale și codurile de conduită. • Înțelegerea rolului deosebit al deontologiei pentru dezvoltarea profesională, socială și personală • Clarificarea unor teorii centrale vizând comportamentul etic sub forma deontologiei Obiective procedurale • Disocierea perspectivelor teoretice relevante din punctul de vedere al deontologiei profesionale • Analizarea teoriilor etice normative și relevanța lor pentru domeniul mass-media • Înțelegerea rolului unui cod deontologic al profesiei de jurnalist • Formarea capacității de a dezbate argumentat problemele legate de deontologia angajatului în orice ramură a mass-media Obiective atitudinale • Conștientizarea preferințelor morale, dezvoltarea spiritului critic și argumentativ • Dezvoltarea gândirii critice și a capacității de a recunoaște și gestiona dilemele etice din sfera profesională.

8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Deontologia și comunicarea de masa. Libertate și comunicare. Definirea adevărului	prelegerea, conversația	2h
2. Primele demersuri deontologice pentru ziariști. Charta datoriilor profesionale ale ziariștilor francezi (1918)	euristică, dezbateră,	2h
3. Reglementări deontologice la nivel național, după 89. Codul deontologic al ziaristului, adoptat de Clubul Român de Presă	explicația, observația;	2h
4. Clauza de conștiință, citat vs. plagiat, dreptul la critică, confidențialitatea, cenzura și autocenzura	prezentări în power-point pentru stimularea	2h
5. Provocările etice cauzate de online și social media	exercițiului reflexiv	2h
6. Omul de presă contemporan – între interesele angajatorului, drepturile publicului și piața informațiilor		2h
7. Principalele metode de decizie etică: cazuistica morală, metoda principiistă, procedura pluralismului metodologic		2h
Bertrand, Jean Claude – Deontologia mijloacelor de comunicare, Editura Institutul European, Iași, 2000. Christians, Clifford et al. – Etica Mass Media. Studii de caz, Editura Polirom, Iași, 2001. Codurile deontologice ale jurnalistului din România, pe www.paginademedia.ro Coman, Mihai – Mass media în România post-comunistă, Editura Polirom, Iași, 2003. Constituția României, revizuită, Monitorul Oficial, Partea I, nr. 767 / 31 octombrie 2003. Deaver, Frank – Etica în mass media, Editura Silex, București, 2004. Frunză, Sandu – Comunicare etică și responsabilitate socială, Editura Tritonic, București, 2011. Middleton, Ken; Trager, Robert; Chambekin, Bill – Legislația comunicării publice, Editura Polirom, Iași, 2002.		

Parsons, Patricia – Ethics in Public Relations, Kogan Page, London, 2004. Popescu, Grațela – Deontologie jurnalistică. Elemente de legislație a presei, Editura Fundației „România de mâine”, 2000. Rudăreanu, Mariana – Dreptul comunicării. Note de curs, Editura Fundației România de Măine, București, 2011. Runcan, Miruna – A patra putere – legislație și etică pentru jurnaliști, Editura Dacia, Cluj, 2002. Singer, Peter – Tratat de etică, Editura Polirom, Iași, 2006. Stănciugelu, Irina – Măștile comunicării. De la etică la manipulare și înapoi, Editura Tritonic, București, 2009. Szabo, Lucian Vasile – Libertate și comunicare în lumea presei, Editura Amacord, Timișoara, 1999. Thayer, Lee (coord.) – Ethics, Morality and The Media, Hasting House Publishers, New York, 1980. Vidam, Teodor – Dimensiuni ale eticii comunicării și mass media, Editura Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca, 2007. Miroiu, Adrian (ed.), Etica aplicată, Editura Alternative, București, 1995. Miroiu, Mihaela, Blebea Nicolae, Gabriela, Introducere în etica profesională, Editura Trei, 2001. Mureșan, Valentin, Managementul eticii în organizații, Editura Universității din București, 2009. Pleșu, Andrei, Minima moralia, Humanitas, București, 2005. Popa, Dumitru Titus, Deontologia profesiei de ziarist, Editura Norma, București, 2000. Sârbu, Tănase, Etică: valori și virtuți morale, Editura Societății Academice „Matei Teiu Botez”, Iași, 2005. Singer, Peter (ed.), Tratat de etică, Editura Polirom, Iași, 2006.		
8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații

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. - Însușirea și înțelegerea cunoștințelor prezentate în curs. Capacitatea de a pune în practică corect metodele, conceptele și noțiunile	- evaluarea finală (examen) -evaluare pe parcurs - studii de caz, portofolii, referate, comentarii și rezumate;	minimum 60% 20% 20%
10.5 Seminar/laborator	-	-	-
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:

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

Semnătura titularului de seminar:

10.09.2025

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 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	Jurnalism

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Deontologie profesională						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Cătălin Negoită						
2.3 Titularul activităților de seminar	Conf. univ. dr. Cătălin Negoită						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	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	2	din care: 3.2 curs	1	3.3 seminar/laborator	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	28	din care: 3.5 curs	14	3.6 seminar/laborator	1
Distribuția fondului de timp					47
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					15
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					15
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					15
Tutoriat					
Examinări					2
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual		47			
3.9 Total ore pe semestru		75			
3.10 Numărul de credite		3			

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.1.2. 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.4.2. Diferențiază între probleme sau formulări descriptive și probleme sau formulări prescriptive în contextul evaluării afirmațiilor în comunicarea profesională. 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, legislația presei, reglementările aplicabile comunicării audio-vizuale, legislația privind drepturile de autor, legislația privind comunicarea publică și privată pe platformele digitale, elemente de legislație în domeniul protecției datelor cu caracter personal.
Aptitudini	Studentul/Absolventul: A.1.2. Aplică metode de colectare a datelor, respectând norme de etică a cercetării și prevederile legale în vigoare. 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.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. A.5.2. Evaluează respectarea legislației naționale și europene privind liberul acces la informație, proprietatea intelectuală, drepturile de autor, copyright-ul etc. în procesul comunicării profesionale și în activitățile de informare-documentare.
Responsabilitate și autonomie	Studentul/Absolventul R.1.2. Raportează rezultate, statistici și concluzii în fața unui public într-un mod clar, transparent și simplu. R.4.2. Evaluează sursele informațiilor și corectitudinea informațiilor receptate. R.5.1. Judecă în raport cu modele pentru luarea deciziilor etice, coduri deontologice, respectiv legislației naționale și europene în contextul luării de decizii în probleme profesionale din domeniul comunicării.

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 Deontologie profesională este înțelegerea și aplicarea principiilor etice, a normelor de conduită și a standardelor de integritate. Cursul își propune să familiarizeze studenții cu principalele concepte legate de deontologie profesională. Accentul este pus pe dezvoltarea gândirii critice și a capacității de a recunoaște și gestiona dilemele etice din sfera profesională.
7.2 Obiectivele specifice	Obiective cognitive - Identificarea principiilor fundamentale ale deontologiei profesionale. - Explicarea diferențelor dintre normele morale, legale și codurile de conduită. - Înțelegerea rolului deosebit al deontologiei pentru dezvoltarea profesională, socială și personală - Clarificarea unor teorii centrale vizând comportamentul etic sub forma deontologiei Obiective procedurale - Disocierea perspectivelor teoretice relevante din punctul de vedere al deontologiei profesionale - Analizarea teoriilor etice normative și relevanța lor pentru domeniul mass-media - Înțelegerea rolului unui cod deontologic al profesiei de jurnalist - Formarea capacității de a dezbate argumentat problemele legate de deontologia angajatului în orice ramură a mass-media Obiective atitudinale - Conștientizarea preferințelor morale, dezvoltarea spiritului critic și argumentativ - Dezvoltarea gândirii critice și a capacității de a recunoaște și gestiona dilemele etice din sfera profesională.

8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
1. CNA și reglementările deontologice în România	prelegerea, conversația euristică, dezbateră, explicația, observația; prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului reflexiv	2h
2. Libertate și comunicare. Regimul liberal al informației. Declarația Internațională a Drepturilor Omului, ONU 1948		2h
3. Regimul responsabilității sociale		2h
4. Deontologia jurnalistică în secolul XXI		2h
5. Jurnalismul de “fotoliu” și deontologia		2h
6. Dreptul la replică		2h
7. Alte legi care reglementează domeniul jurnalistic în România		2h
Cătălin Negoită, Mediamorfoze VIII. Deontologia jurnalistică în era digitalizării, Tritonic, București, 2023 Bertrand, Jean Claude – Deontologia mijloacelor de comunicare, Editura Institutul European, Iași, 2000. Christians, Clifford et al. – Etica Mass Media. Studii de caz, Editura Polirom, Iași, 2001. Codurile deontologice ale jurnalistului din România, pe www.paginademedia.ro Coman, Mihai – Mass media în România post-comunistă, Editura Polirom, Iași, 2003. Constituția României, revizuită, Monitorul Oficial, Partea I, nr. 767 / 31 octombrie 2003. Deaver, Frank – Etica în mass media, Editura Silex, București, 2004. Frunză, Sandu – Comunicare etică și responsabilitate socială, Editura Tritonic, București, 2011. Middleton, Ken; Trager, Robert; Chambekin, Bill – Legislația comunicării publice, Editura Polirom, Iași, 2002. Parsons, Patricia – Ethics in Public Relations, Kogan Page, London, 2004. Popescu, Grațiela – Deontologie jurnalistică. Elemente de legislație a presei, Editura Fundației „România de mâine”, 2000.		

Rudăreanu, Mariana – Dreptul comunicării. Note de curs, Editura Fundației România de Măine, București, 2011. Runcan, Miruna – A patra putere – legislație și etică pentru jurnaliști, Editura Dacia, Cluj, 2002. Singer, Peter – Tratat de etică, Editura Polirom, Iași, 2006. Stănciugelu, Irina – Măștile comunicării. De la etică la manipulare și înapoi, Editura Tritonic, București, 2009. Szabo, Lucian Vasile – Libertate și comunicare în lumea presei, Editura Amacord, Timișoara, 1999. Thayer, Lee (coord.) – Ethics, Morality and The Media, Hasting House Publishers, New York, 1980. Vidam, Teodor – Dimensiuni ale eticii comunicării și mass media, Editura Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca, 2007. Miroiu, Adrian (ed.), Etica aplicată, Editura Alternative, București, 1995. Miroiu, Mihaela, Blebea Nicolae, Gabriela, Introducere în etica profesională, Editura Trei, 2001. Mureșan, Valentin, Managementul eticii în organizații, Editura Universității din București, 2009. Pleșu, Andrei, Minima moralia, Humanitas, București, 2005. Popa, Dumitru Titus, Deontologia profesiei de ziarist, Editura Norma, București, 2000. Sârbu, Tănase, Etică: valori și virtuți morale, Editura Societății Academice „Matei Teiu Botez”, Iași, 2005. Singer, Peter (ed.), Tratat de etică, Editura Polirom, Iași, 2006.		
8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Ce se aplică și ce nu în presa contemporană? 2. Dreptul la imagine vs. dreptul la informare 3. Studii de caz: încălcări ale deontologiei în presa scrisă. Consecințe 4. Studii de caz: încălcări ale deontologiei în audiovizual. Sancțiuni 5. Studii de caz: încălcări ale deontologiei în fotojurnalism. Sancțiuni 6. Studii de caz: încălcări ale deontologiei în publicitate 7. Situații speciale în care jurnaliștii au răspuns cu job-ul pentru articolele lor	conversația euristică, dezbaterea, explicația.	

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) -evaluare pe parcurs	minimum 60% 20%
10.5 Seminar/laborator	- Însușirea și înțelegerea cunoștințelor prezentate în curs. Capacitatea de a pune în practică corect metodele, conceptele și noțiunile	-- studii de caz, portofolii, referate, comentarii și rezumate;	20%
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:
Conf. univ. dr. Cătălin Negoită

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

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	Presa și actualitatea						
2.2 Titularul activităților de curs	Lect. dr. Marius Țuca						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. dr. Marius Țuca						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	2	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	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 (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, 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.2.3. 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. 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.5.2. Evaluează respectarea legislației naționale și europene privind liberul acces la informație, proprietatea intelectuală, drepturile de autor, copyright-ul etc.
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. 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 Presa și actualitatea este de a dezvolta capacitatea studenților de a înțelege, analiza critic și contextualiza evenimentele de actualitate reflectate în mass-media, printr-o abordare interdisciplinară și
---------------------------------------	---

	aplicată a fenomenului jurnalistic contemporan. Disciplina își propune să cultive gândirea analitică și reflexivă asupra funcțiilor și responsabilităților presei într-o societate democratică, precum și abilități practice de monitorizare, selecție, documentare și redactare a conținuturilor jurnalistice relevante pentru spațiul public.
7.2 Obiectivele specifice	Obiective cognitive - Înțelege rolul presei în formarea opiniei publice și în funcționarea democratică a societății. - 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. - Definește conceptele cheie privind deontologia profesională în raportarea evenimentelor actuale. - 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. Presă și actualitate. Delimitări și definiții. Funcțiile mass-media în societate	prelegerea, conversația	2h
2. Drepturile și responsabilitățile jurnalistului	euristică,	2h

3. Etica și legislația presei	dezbateri, explicația, observația; prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului reflexiv	2h
4. Faptul de presă și actualitatea		2h
5. Revista presei și dosarul tematic de presă		2h
6. Mass-media și imaginea de țară		2h
7. Presa centrală vs. presa locală: asemănări și deosebiri, particularități în dezvoltarea temelor de interes		2h
8. Limitele libertății de exprimare prin presă: dreptul la propria imagine, dreptul la viață privată, dreptul la intimitate		2h
9. Presa în campaniile electorale. Mediatizarea discursului electoral		2h
10. Teme actuale în debaterile media naționale: probleme economice, sociale, politice		2h
11. Teme actuale în debaterile media internaționale: probleme economice, sociale, politice		2h
12. Manipulare și dezinformare în presa contemporană		2h
13. Noile platforme media și transformarea actualității în jurnalismul digital		2h
14. Agenda media și formarea opiniei publice		2h
Bakenhus, Norbert, <i>Radioul local: Ghid practic pentru jurnaliști</i> , Polirom, Iași, 1998 Bălășescu, Mădălina, <i>Manual de producție în televiziune</i> , Polirom, Iași, 2003 Bîlbîie, Răduț, <i>Dicționarul jurnalistului de radio</i> , Tritonic, București, 2004 Bourdieu, Pierre, <i>Despre televiziune</i> , Art, București, 2007 Coman, Mihai, <i>Introducere în sistemul mass-media</i> , Polirom, Iași, 2007 Coman, Mihai, <i>Manual de jurnalism</i> , vol. I-II, Polirom, Iași, 2009 Hartley, John, <i>Discursul știrilor</i> , Polirom, Iași, 1999 McNair, Brian, <i>Jurnalismul și democrația</i> , Polirom, Iași, 2007 Mihăilescu, Vintilă, <i>Antropologie. Cinci introduceri</i> , Polirom, Iași, 2007 Popa, Dorin, <i>Mass media, astăzi</i> , Institutul European, Iași, 2002 Popescu, Cristian Florin, <i>Dicționar de jurnalism, relații publice și publicitate</i> , Tritonic, București, 2002 Pospai, Mircea; Verman, Gheorghe, <i>Radioul public regional</i> , Editura Universității „Lucian Blaga”, Sibiu, 2002 Randall, David, <i>Jurnalistul universal – Ghid practic pentru presa scrisă</i> , Polirom, Iași, 1998 Rosenstiel, Tom; Kovach, Bill, <i>Elementele jurnalismului. Ce trebuie să știe jurnaliștii și publicul</i> , Polirom, Iași, 2006 Udrouiu, Neagu, <i>Angroșiști în piața informației</i> , Niculescu, București, 1999 Vlad, Tudor, <i>Jurnalism și democrație în epoca digitală</i> , Polirom, Iași, 2015		
8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Analiza comparativă a relatării aceluiași eveniment în presa națională și presa internațională	conversația euristică, explicația, exercițiul, observația, munca independentă, activitate pe grupe, problematizarea; investigația; referatul; proiectul; portofoliul; autoevaluarea	2h
2. Exerciții de identificare și formulare a faptului de presă		2h
3. Analiza elementelor de actualitate în titluri și lead-uri din publicații diferite		2h
4. Redactarea unei sinteze de presă pe o temă de actualitate		2h
5. Identificarea elementelor de opinie și dezinformare într-un articol de presă		2h
6. Studiu de caz: imaginea de țară în articole recente din presa străină		2h
7. Evaluarea echilibrului și a imparțialității într-o știre legată de subiecte politice		2h
8. Analiza modului în care este respectat dreptul la viață privată în articole mondene		2h
9. Construirea unui dosar tematic de presă pe o temă economică actuală		2h
10. Dezbateri: jurnalism de interes public vs. jurnalism de interes comercial		2h
11. Studiu de caz privind reflectarea unei campanii electorale în presa scrisă și online		2h
12. Evaluarea discursului jurnalistice dintr-o emisiune TV de dezbateri politică		2h

13. Identificarea și discutarea surselor de informare într-un articol complex de actualitate		2h
14. Simulare: redactarea unei știri pornind de la o conferință de presă (roluri: reporter, editor, purtător de cuvânt)		2h
Bakenhus, Norbert, <i>Radioul local: Ghid practic pentru jurnaliști</i> , Polirom, Iași, 1998 Bălășescu, Mădălina, <i>Manual de producție în televiziune</i> , Polirom, Iași, 2003 Bîlbîie, Răduț, <i>Dicționarul jurnalistului de radio</i> , Tritonic, București, 2004 Bourdieu, Pierre, <i>Despre televiziune</i> , Art, București, 2007 Coman, Mihai, <i>Introducere în sistemul mass-media</i> , Polirom, Iași, 2007 Coman, Mihai, <i>Manual de jurnalism</i> , vol. I-II, Polirom, Iași, 2009 Hartley, John, <i>Discursul știrilor</i> , Polirom, Iași, 1999 McNair, Brian, <i>Jurnalismul și democrația</i> , Polirom, Iași, 2007 Mihăilescu, Vintilă, <i>Antropologie. Cinci introduceri</i> , Polirom, Iași, 2007 Popa, Dorin, <i>Mass media, astăzi</i> , Institutul European, Iași, 2002 Popescu, Cristian Florin, <i>Dicționar de jurnalism, relații publice și publicitate</i> , Tritonic, București, 2002 Pospai, Mircea; Verman, Gheorghe, <i>Radioul public regional</i> , Editura Universității „Lucian Blaga”, Sibiu, 2002 Randall, David, <i>Jurnalistul universal – Ghid practic pentru presa scrisă</i> , Polirom, Iași, 1998 Rosenstiel, Tom; Kovach, Bill, <i>Elementele jurnalismului. Ce trebuie să știe jurnaliștii și publicul</i> , Polirom, Iași, 2006 Udroiu, Neagu, <i>Angroșiști în piața informației</i> , Niculescu, București, 1999 Vlad, Tudor, <i>Jurnalism și democrație în epoca digitală</i> , Polirom, Iași, 2015		

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

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

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- Capacitate de sinteză și prelucrare a informațiilor; Capacitate de definire de concepte, de demonstrație etc.	- evaluarea finală (examen)	minimum 50%
10.5 Seminar/laborator	- Însușirea și înțelegerea cunoștințelor prezentate în curs. Capacitatea de a pune în practică corect metodele, conceptele și noțiunile - Rezolvarea corectă și completă a temelor propuse; demonstrarea capacității de a explica și de a interpreta conținuturile teoretice pe de o parte și, de cealaltă parte de a pune în practică noile informații.	- studii de caz, portofolii, referate, comentarii și rezumate; discuții pe teme legate de noțiunile studiate	maximum 40%
	- Manifestări atitudinale	- Participare activă, conștiinciozitate, interes pentru studiul individual și în grup	10%
10.6 Standard minim de performanță			
• însușirea noțiunilor de bază ale disciplinei • utilizarea parțial adecvată a terminologiei și a conceptelor asociate disciplinei • elaborarea unui proiect de specialitate sau cel puțin a unei părți a unui asemenea proiect, aplicând atât cunoștințe, teorii și metode de analiză proprii disciplinei, cât și norme și principii de etică profesională.			

Data completării:

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	TEHNICI DE INVESTIGARE JURNALISTICĂ						
2.2 Titularul activităților de curs	Lect. dr. Petrica Pașilea						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. dr. Petrica Pașilea						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare	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	
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 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.3.2. indică norme gramaticale care reglementează formularea de enunțuri, expresii și ortografierea cuvintelor. C.3.3. identifică tehnici de redactare sau structurarea a conținutului (narrative, 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.
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.3.2. aplică norme de ortografie și gramatică care reglementează formularea de enunțuri sau expresii și ortografierea cuvintelor, asigurând coerența și claritatea în textele redactate sau editate în contexte 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.3.4. utilizează aplicații software pentru compunerea, editarea, formatarea și oricărui tip de material scris sau compunerea și editarea de materiale audiovizuale. A.4.2. descoperă erori în argumentație, cadrele 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 narrative în contextul analizei profesionale a mesajelor media textuale, vizuale, audiovizuale și multimodale; A.7.2. selectează subiecte comune cu alte persoane pentru facilitarea comunicării în context profesional; A.7.3. utilizează persoanele de contact pentru obținerea de informații sau avantaje reciproce în context profesional;
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.2.2. 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.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;
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 Tehnici de investigare jurnalistică are ca obiectiv general dezvoltarea competențelor teoretice și practice necesare în vederea identificării diferitelor surse de informații și valorificării datelor în etapele investigației jurnalistice.
7.2 Obiectivele specifice	Obiective cognitive - Identifică sursele credibile de informare și diferențiază între informație și opinie. - Recunoaște mecanismele de influențare și manipulare a informației în mass-media. - Înțelege impactul economic, politic și cultural al presei asupra societății contemporane. - Definește conceptele cheie privind deontologia profesională în raportarea evenimentelor actuale. - 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 - Adoptă o atitudine critică și reflexivă față de mesajele mediatice.

	• Respectă principiile etice ale jurnalismului și încurajează difuzarea responsabilă a informației. • Promovează un comportament profesionist în raportarea obiectivă și echilibrată a realității.
--	---

8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Noțiuni introductive privind jurnalismul de investigație	prelegerea, conversația	2 h
2. Subiecte predilecte pentru investigație	euristică, dezbateră,	2 h
3. Strategia și planul investigației jurnalistice	explicația, observația;	2 h
4. Spirala investigației jurnalistice	prezentări în	2 h
5. Interviu în investigația jurnalistă	power-point pentru	2 h
6. Relaționarea cu sursele	stimularea	2 h
7. Documentarea sub acoperire	exercițiului reflexiv	2 h
Agnes, Ives, <i>Introducere în jurnalism</i>, Editura Polirom, Iași, 2011. Grosu, Cristian, Avram, Liviu, <i>Jurnalismul de investigație – Ghid practic</i>, Ed. Polirom, Iasi, 2004 ; Coman, Mihai, <i>Manual de jurnalism. capitolul Ancheta</i>, Editura Polirom, Iași Randall, David, <i>Jurnalismul universal</i>, Editura Polirom, Iasi, 1998 ; Popescu, Florin Cristian, <i>Manual de jurnalism</i>, vol. II, Ed. Tritonic, Bucuresti, 2004 De Burgh, Hugo, <i>Jurnalismul de investigație. Context și practică</i>; Editura Limes, Cluj-Napoca, 2006 Stoicescu, Vlad, Vanghele, Ovidiu, <i>Jurnalismul de investigație, de la teorie la practică</i>, Centrul pentru jurnalism independent, 2017.		
8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Munca de investigație versus dosarul prefabricat	conversația euristică,	2 h
2. Zvonul, informația primară.	explicația, exercițiul,	2 h
3. Predocumentarea. Inventarul și verificarea preliminară a informațiilor. Evaluarea, relația cu editorul, decizia de a declanșa investigația	observația, munca independentă, activitate pe grupe, problematizarea;	2 h
4. Planul de acțiune. Observația personală și lucrul cu sursele.	investigația; referatul;	2 h
5. Pregătirea interviului și strategia de discuție	proiectul; portofoliul;	4 h
6. Plasarea investigației în context	autoevaluarea	2 h
7. Accesul la informații de interes public		2 h
8. Aspecte legislative privind activitatea de investigare		4 h
9. Deontologia investigației jurnalistice		4 h
10. Investigații jurnalistice faimoase și impactul în societate		4 h
Agnes, Ives, <i>Introducere în jurnalism</i>, Editura Polirom, Iași, 2011. Grosu, Cristian, Avram, Liviu, <i>Jurnalismul de investigație – Ghid practic</i>, Ed. Polirom, Iasi, 2004 ; Coman, Mihai, <i>Manual de jurnalism. capitolul Ancheta</i>, Editura Polirom, Iași Randall, David, <i>Jurnalismul universal</i>, Editura Polirom, Iasi, 1998 ; Popescu, Florin Cristian, <i>Manual de jurnalism</i>, vol. II, Ed. Tritonic, Bucuresti, 2004 De Burgh, Hugo, <i>Jurnalismul de investigație. Context și practică</i>; Editura Limes, Cluj-Napoca, 2006 Stoicescu, Vlad, Vanghele, Ovidiu, <i>Jurnalismul de investigație, de la teorie la practică</i>, Centrul pentru jurnalism independent, 2017.		

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 (sinteză)	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.	- studii de caz, portofolii, referate, comentarii și rezumate; discuții pe teme legate de noțiunile studiate	70%
	- Manifestări atitudinale	- Participare activă, conștiinciozitate, interes pentru studiul individual și în grup	
10.6 Standard minim de performanță			
• însușirea noțiunilor de bază ale disciplinei • utilizarea parțial adecvată a terminologiei și a conceptelor asociate disciplinei • elaborarea unui proiect de specialitate sau cel puțin a unei părți a unui asemenea proiect, aplicând atât cunoștințe, teorii și metode de analiză proprii disciplinei, cât și norme și principii de etică profesională.			

Data completării:

10.09.2025

Semnătura titularului de curs:

Lect. dr. Petrica Pațilea

Semnătura titularului de seminar:

Lect. dr. Petrica Pațilea

Semnătură șef catedră:

Prof. univ. dr. Simona Antofi

Data avizării în catedră:

15.09.2025

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

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

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	TEHNICI DE COLECTARE A INFORMAȚIILOR						
2.2 Titularul activităților de curs	Lect. dr. Petrica Pașilea						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. dr. Petrica Pașilea						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare	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	
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 completate 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 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.3.2. indică norme gramaticale care reglementează formularea de enunțuri, expresii și ortografierea cuvintelor. C.3.3. identifică tehnici de redactare sau structurarea a conținutului (narrative, 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.
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.3.2. aplică norme de ortografie și gramatică care reglementează formularea de enunțuri sau expresii și ortografierea cuvintelor, asigurând coerența și claritatea în textele redactate sau editate în contexte 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.3.4. utilizează aplicații software pentru compunerea, editarea, formatarea și oricărui tip de material scris sau compunerea și editarea de materiale audiovizuale. 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 narrative în contextul analizei profesionale a mesajelor media textuale, vizuale, audiovizuale și multimodale; A.7.2. selectează subiecte comune cu alte persoane pentru facilitarea comunicării în context profesional; A.7.3. utilizează persoanele de contact pentru obținerea de informații sau avantaje reciproce în context profesional;
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.2.2. 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.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;
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 Tehnici de colectare a informațiilor are ca obiectiv general deprinderea unor tehnici avansate și adecvate de identificare, selectare, colectare și folosire a informațiilor.
7.2 Obiectivele specifice	Obiective cognitive • Înțelege rolul presei în formarea opiniei publice și în funcționarea democratică a societății. • 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. • Definește conceptele cheie privind deontologia profesională în raportarea evenimentelor actuale. • 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. • 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 • 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. • Promovează un comportament profesionist în raportarea obiectivă și echilibrată a realității.
--	---

8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Curs introductiv	prelegerea, conversația euristică,	2 h
2. Surse de informații	dezbateră, explicația, observația;	2 h
3. Modalități de consultare a surselor	prezentări în	2 h
4. Observația directă și observația sub acoperire	power-point pentru	2 h
5. Gestionarea surselor online	stimularea	2 h
6. Gestionarea informației neoficiale	exercițiului reflexiv	2 h
7. Interviewarea		2 h
Bibliografie: Agnes, Ives, <i>Introducere în jurnalism</i> , Editura Polirom, Iași, 2011. Beciu, Camelia, <i>Sociologia comunicării și a spațiului public</i> , Editura Polirom, Iasi, 2011 Coman, Mihai, <i>Manual de jurnalism</i> , Editura Polirom, Iași, 2009 Hartley, John, <i>Discursul știrilor</i> , Editura Polirom, Iași, 1999 Oprea, Bogdan, <i>Fake news și dezinformarea online: recunoaște și verifică. Manual pentru toți utilizatorii de internet</i> , Editura Polirom, București, 2021 Popescu, Florin Cristian, <i>Manual de jurnalism</i> , Editura Tritonic, Bucuresti, 2004 Randall, David, <i>Jurnalismul universal – ghid practic pentru presa scrisă</i> , Editura Polirom, Iasi, 1998 Szabo, Lucian-Vasile, <i>Tehnici de colectare a informațiilor, Jurnalism, relații publice, intelligence</i> , Editura Universității de Vest, Colecția Mediafort, Timișoara, 2018		
8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Informație și comunicare publică	conversația euristică, explicația,	2 h
2. Căutarea, culegerea și analiza datelor	exercițiul, observația, munca	2 h
3. Tipuri de surse	independentă, activitate pe grupe,	2 h
4. Sursele specializate: sfera umană	problematizarea; investigația;	2 h
5. Surse materiale	referatul; proiectul; portofoliul;	2 h
6. Surse electronice	autoevaluarea	2 h
7. Informații obținute din observații din declarații și interviuri		2 h
8. Anchetele și sondajele de opinie		2 h
9. Documente și baze de date		2 h
10. Regimul informațiilor speciale		2 h
11. Verificarea încrucișată a informațiilor		4 h
12. Analiză de texte jurnalistice		4 h
Bibliografie: Agnes, Ives, <i>Introducere în jurnalism</i> , Editura Polirom, Iași, 2011. Beciu, Camelia, <i>Sociologia comunicării și a spațiului public</i> , Editura Polirom, Iasi, 2011 Coman, Mihai, <i>Manual de jurnalism</i> , Editura Polirom, Iași, 2009. Hartley, John, <i>Discursul știrilor</i> , Editura Polirom, Iași, 1999 Oprea, Bogdan, <i>Fake news și dezinformarea online: recunoaște și verifică. Manual pentru toți utilizatorii de internet</i> , Editura Polirom, București, 2021 Popescu, Florin Cristian, <i>Manual de jurnalism</i> , Editura Tritonic, Bucuresti, 2004 Randall, David, <i>Jurnalismul universal – ghid practic pentru presa scrisă</i> , Editura Polirom, Iasi, 1998 Szabo, Lucian-Vasile, <i>Tehnici de colectare a informațiilor, Jurnalism, relații publice, intelligence</i> , Editura Universității de Vest, Colecția Mediafort, Timișoara, 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

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 (sinteză)	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.	- studii de caz, portofolii, referate, comentarii și rezumate; discuții pe teme legate de noțiunile studiate	70 %
	- Manifestări atitudinale	- Participare activă, conștiinciozitate, interes pentru studiul individual și în grup	
10.6 Standard minim de performanță			
• însușirea noțiunilor de bază ale disciplinei • utilizarea adecvată a terminologiei și a conceptelor asociate disciplinei			

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	Literatură, Lingvistică și Jurnalism
1.4 Domeniul de studii	Științele comunicării
1.5 Ciclu de studii	Licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	JURNALISM

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Tehnici de lucru specializate (presă scrisă, radio, TV, online, agenții de presă)						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf. dr. Cătălin Negoită						
2.3 Titularul activităților de seminar	Conf. dr. Cătălin Negoită						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	II	2.6 Tipul de evaluare	Verificare	2.7 Regimul disciplinei	Obligatorie

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	6	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					30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					15
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					15
Tutoriat					5
Examinări					4
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	Cunoștințe de bază în operarea pe computer

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Resurse în format electronic, sala de curs, videoproiector, laptop
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	Resurse în format electronic, sala de seminar, videoproiector, laptop, planșe, fișe de lucru, laborator echipat cu calculatoare, TV și acces la Internet, sală multimedia

6. a) Rezultatele învățării

Cunoștințe	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.2.2. 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 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.3.2. indică norme gramaticale care reglementează formularea de enunțuri, expresii și ortografierea cuvintelor. 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.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;
Aptitudini	A.1.3. aplică metode de cercetare adecvate temei și subiectului de cercetare; A.1.5. discută limitele cercetărilor, evaluând critic gradul de generalizare a concluziilor și propune strategii pentru adâncirea/ verificarea suplimentară a acestora; 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.3.2. aplică norme de ortografie și gramatică care reglementează formularea de enunțuri sau expresii și ortografierea cuvintelor, asigurând coerența și claritatea în textele redactate sau editate în contexte profesionale; A.4.1. aplică procese pentru verificarea unor informații în contextul comunicării profesionale; 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; A.5.2. evaluează respectarea legislației naționale și europene privind liberul acces la informație, proprietatea intelectuală, drepturile de autor, copyright-ul etc. în procesul comunicării profesionale și în activitățile de informare-documentare. A.7.1. utilizează instrumente online pentru a comunica și partaja resurse în medii digitale; A.7.2. selectează subiecte comune cu alte persoane pentru facilitarea comunicării în context profesional; A.7.3. utilizează persoanele de contact pentru obținerea de informații sau avantaje reciproce în context profesional;
Responsabilitate și autonomie	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.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.7.1. inițiază legături cu alte persoane și colaborează cu acestea direct sau prin intermediul instrumentelor digitale; R.7.2. gestionează evidența persoanelor din rețeaua profesională proprie și rămâne informat/ă cu privire la activitățile lor; R.7.3. colaborează cu alte persoane în cadrul unor echipe pentru a rezolva probleme profesionale specifice; R.7.4. planifică/și 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. Obiectivul general al disciplinei	
7. Obiectivele specifice	-Asimilarea noilor tehnologii de informare si comunicare, în vederea înțelegerii funcționării elementelor unui produs media -Deprinderea solidă si fluentă a schemelor de lucru pe diverse programe -Însusirea corectă a traseelor mesajului media online, raportat la profilul consumatorului.
7.2 Obiectivele specifice	-Asimilarea noilor tehnologii de informare si comunicare, în vederea înțelegerii funcționării elementelor unui produs media -Deprinderea solidă si fluentă a schemelor de lucru pe diverse programe -Însusirea corectă a traseelor mesajului media online, raportat la profilul consumatorului.

8. Conținuturi

8. 1 Curs Televiziunea ca sistem. Tipologia posturilor TV, organizare internă – 2 ore Grila de programe – modalități de configurare - 2 ore Jurnalistul de radio. Particularități – 2 ore Redactarea pentru audio-vizual: caracteristici, reguli tehnice de redactare - 2 ore Funcțiile radioului public. Radioul modern. Radioul local, regional, național. Formele viitorului – ipodul și ibroadcastingul – 2 ore Agențiile de presă. Tipologie, rol, tipuri de știri - 4 ore Particularități ale construcției articolului. Tratarea unui subiect. Evenimente în desfășurare - 2 ore Structura industriei presei scrise. Cum scriem pentru un ziar local? Dar pentru unul național? - 4 ore Relația fotografie-text în presa scrisă - 2 ore Particularitățile jurnalismului online - 4 ore Recapitularea informațiilor – 2 ore	Prelegerea, conversația euristică, explicația, observația, folosirea resurselor în format electronic, exemplul	
Bibliografie Bădău, Horia Mihai, <i>Tehnici de comunicare în social media</i>, Polirom, 2011 Bădău, Horia Mihai, <i>Manual de jurnalism online</i>, Tritonic, 2015 Bălășescu, Mădălina, <i>Producția de televiziune</i>, Tritonic, 2020 Bakenhuis, Norbert - Radioul local (Ghid practic pentru jurnaliști), Polirom, Iași, 1998 Bâlbăie, Radu, <i>Relatarea</i>, în <i>Manual de jurnalism</i>, vol. II, Polirom, Iași, 2000 Bignell, Jonathan Jeremy Orlebar, <i>Manual practic de televiziune</i>, Polirom, Iași 2009 Coman, Ioan (coord), <i>Manual de jurnalism</i>, vol. II, Polirom, Iași, 2000 Duminică, Delia, POPESCU, Georgiana, <i>Manual de producție radio</i>, SITECH, Craiova, 2013. Grosu Popescu, Eugenia - <i>Jurnalism radio – Specificul radiofonic</i>, Teora, București, 1998 Haas, Michael H., Uwe Frigge, Gert Zimmer - <i>Radio management – Manualul jurnalistului de radio</i>, Editura Polirom, Iași, 2001 Joanescu, Irene <i>Radioul modern: tratarea informației și principalele genuri informative</i>, Editura ALL, București, 1999 Keeble, Richard (coord), <i>Presa scrisă, o introducere critică</i>, Polirom, 2009 Lauterer, Jock, <i>Ziarul Local. Cum să scrii pentru publicația unei comunități</i>, Polirom, Iași, 2010 Nash, Jamie, <i>Save the Cat!® Writes for TV: The Last Book on Creating Binge-Worthy Content You'll Ever Need</i>, GREENLF, 2021 Randall, David, <i>Jurnalismul universal</i>, Polirom, Iași, 2007 Roșca, Luminița, <i>Producția textului jurnalistic</i>, Polirom, Iași, 2004 Simion, Cristina (coord.), <i>Ghidul managerului de presă</i>, Humanitas, 2007 Stavre, Ion, <i>Comunicare radio – TV</i>, suport curs, S.N.S.P.A. Traciuc, Vasile, <i>Modalități de transmitere a știrilor în radio</i>, în <i>Manual de jurnalism</i>, vol I, Editura Polirom, Iași. 1997 Traciuc, Vasile, <i>Jurnalism radio</i> – Editura Tritonic București, 2003 Hartley, John, <i>Discursul știrilor</i>, Editura Polirom, Iași, 1999 Zeca Buzura, Daniela, <i>Jurnalismul de televiziune</i>, Polirom, 2005 Zeca Buzura, Daniela, <i>Totul la vedere. Televiziunea după Big Brother</i>, Polirom, 2007 Zelizer, Barbie, <i>Despre jurnalism la modul serios</i>, Polirom, Iași, 2007		
8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
Ședința de redacție. De la zvon la știre - 2h Tehnici de interviu -2h Cum întreținem sursele? Surse oficiale și neoficiale. Roluri și uzanțe. Cazuri concrete - 2h Jurnalism obiectiv vs. subiectiv - 2h Tratarea unui subiect în cazul unui eveniment în desfășurare-2h Tehnici de captare a atenției în radio. Genuri productive - 2h Metode de verificare a informațiilor cu ajutorul Internetului - 2h Rolul fluxurilor de știri în agenda setting. Exemple concrete - 2h Știrea de agenție vs. Știrea de redacție. Exerciții – 2h De la știre la reportaj. Elemente de stil – 2h Stiluri funcționale – 2h	Conversația euristică, explicația, exercițiul, observația, munca independentă, problematizarea; portofoliul; autoevaluarea, folosirea resurselor în format electronic	Studentii vor parcurge sursele bibliografice indicate pentru fiecare modul. De asemenea, vor participa la activitățile cu caracter aplicativ susținute în laboratoarele facultății și în redacții.

Interviul prin e-mail: pro și contra. Reguli de netiquette – 2h Pregătirea temelor finale - 4h		
BIBLIOGRAFIE: Bădău, Horia Mihai, <i>Tehnici de comunicare în social media</i> , Polirom, 2011 Bădău, Horia Mihai, <i>Manual de jurnalism online</i> , Tritonic, 2015 Bakenhus, Norbert - Radioul local (Ghid practic pentru jurnaliști), Editura Polirom, Iași, 1998 Bălbăie, Radu, <i>Relatarea</i> , în <i>Manual de jurnalism</i> , vol. II, Editura Polirom, Iași, 2000 Coman, Ioan (coord), <i>Manual de jurnalism</i> , vol. II, Editura Polirom, Iași, 2000 Duminică, Delia, POPESCU, Georgiana, <i>Manual de producție radio</i> , Editura SITECH, Craiova, 2013. Grosu Popescu, Eugenia - Jurnalism radio – Specificul radiofonic, Editura Teora, București, 1998 Haas, Michael H., Uwe Frigge, Gert Zimmer - Radio management – Manualul jurnalistului de radio, Editura Polirom, Iași, 2001 Joanescu, Irene <i>Radioul modern: tratarea informației și principalele genuri informative</i> , Editura ALL, București, 1999 Keeble, Richard (coord), <i>Presa scrisă, o introducere critică</i> , Polirom, 2009 Lauterer, Jock, <i>Ziarul Local. Cum să scrii pentru publicația unei comunități</i> , Polirom, Iași, 2010 Randall, David, <i>Jurnalistul universal</i> , Polirom, Iași, 2007 Roșca, Luminița, <i>Producția textului jurnalistic</i> , Polirom, Iași, 2004 Simion, Cristina (coord.), <i>Ghidul managerului de presă</i> , Humanitas, 2007 Stavre, Ion, <i>Comunicare radio – TV</i> , suport curs, S.N.S.P.A. Traciuc, Vasile, <i>Modalități de transmitere a știrilor în radio</i> , în <i>Manual de jurnalism</i> , vol I, Editura Polirom, Iași. 1997 Traciuc, Vasile, <i>Jurnalism radio</i> – Editura Tritonic București, 2003 Hartley, John, <i>Discursul știrilor</i> , Editura Polirom, Iași, 1999 Zeca Buzura, Daniela, <i>Jurnalismul de televiziune</i> , Polirom, 2005 Zeca Buzura, Daniela, <i>Totul la vedere. Televiziunea după Big Brother</i> , Polirom, 2007 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 în concordanță cu ceea ce se face în alte instituții și centre universitare din țară (care derulează programe de predare similare). Pentru o mai bună adaptare la cerințele pieței muncii a conținutului și obiectivelor disciplinei, au avut loc întâlniri și consultări atât cu reprezentanți ai comunității civile și ai mediului de afaceri, cât și cu celelalte cadre didactice din universitate.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Parcurgerea și însușirea conținuturilor predate.	Evaluarea continuă prin metode orale	20%
	Studiul bibliografiei și elaborarea portofoliului de fișe din studiile indicate.	Evaluarea continuă prin metode orale	20%
10.5 Seminar/laborator	Elaborarea, în conformitate cu standardele științifice academice, a unei lucrări practice pe o temă propusă la sfârșitul semestrului.	Evaluarea sumativă prin probă scrisă	40%
	Participarea la dezbaterile din cadrul seminariilor.	Evaluarea continuă prin metode orale	20%
10.6 Standard minim de performanță			
Media notelor acordate la seminar să nu fie mai mică de 5.			
Media notelor acordate pentru temele de casă, portofolii, referate etc. să nu fie mai mică de 5.			
Acoperirea unui procent de 50 % din subiectul prevăzut pentru lucrarea finală.			

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar
-------------------------	--------------------------------------	---

10.09.2025	Conf. dr. Cătălin Negoită	Conf. dr. Cătălin Negoită
Data avizării în catedră:	Semnătura șefului catedrei: 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	Fotojurnalism						
2.2 Titularul activităților de curs	Lect. dr. Daniela Bogdan						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. dr. Daniela Bogdan						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	2	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	3	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp					83
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					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 - 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.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.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.3.4. utilizează aplicații software pentru compunerea, editarea, formatarea și oricărui tip de material scris sau compunerea și editarea de materiale audiovizuale. A.7.2. selectează subiecte comune cu alte persoane pentru facilitarea comunicării în context profesional; A.7.3. utilizează persoanele de contact pentru obținerea de informații sau avantaje reciproce în context profesional;
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.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.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	Disciplina Fotojurnalism are ca obiectiv general dezvoltarea deprinderilor de bază necesare în vederea analizării și realizării unui portofoliu cu fotografii aparținând mai multor genuri fotografice. Cursul urmărește formarea capacității de a crea conținut digital specific, de a analiza critic tendințele actuale din sfera comunicării prin imagine și de a adapta strategiile editoriale în funcție de transformările continue ale sistemului media.
7.2 Obiectivele specifice	Obiective cognitive

	• Înțelegerea principiilor de funcționare a camerelor foto digitale în scopul utilizării eficiente; • Inițierea modelelor aplicative de interpretare a fotografiei pornind de la conceptele teoretice însușite; • Integrarea noțiunilor de estetică și compoziție deja asimilate în propriile fotografii; • Înțelegerea contextului istoric și a etapelor dezvoltării fotojurnalismului în plan național și internațional; Obiective procedurale • Exersarea tehnicilor de fotografiere în studio sau în natură; • Construirea de compoziții fotografice; • Revizuirea fotografiilor în mod critic și editarea lor folosind Lightroom sau Photoshop. • Participarea la ateliere de fotografie cu profesioniști (fotografia de produs/ fotografia de sport). • Elaborarea unui portofoliu personal de fotografii, care reflectă cunoștințele teoretice, dar și simțul artistic. Obiective atitudinale • Manifestarea unei atitudini reflexive, autocritice și constructive față de produsele realizate. • Cultivarea creativității, a curajului de a experimenta și a exprimării personale autentice. • Respectarea diversității stilurilor, temelor și viziunilor artistice. • Colaborarea activă și empatică în cadrul proiectelor de grup.
--	--

8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Introducere si privire generala asupra fotojurnalismului. Cele mai importante momente ale istoriei fotojurnalismului, mari personalitati din domeniu, istoria fotografiei de razboi.	prelegerea, conversația euristică,	2h
2. Primele cunostinte despre senzatii, perceptii si reprezentari vizuale. Exemple de fotografii care au schimbat lumea. Fotografia de presa, arta sau limbaj?	dezbateri, explicația, observația;	2h
3. Fotografia ca marfa. Adevarul vizual in fotojurnalism.	prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului reflexiv	2h
4. Fotojurnalismul: o arta cu picioarele pe pamant. Cerintele unei fotografii bune: compozitie, spatiu, culoare, textura, contrast. Reguli de bază în fotografie.		2h
5. Introducere în Photoshop. Realitate vs interventie în fotografie. Studii de caz: de la fotografiile cu Ceausesc în Epoca de Aur până la manipulările din războaie.		2h
6. Genurile fotojurnalismului: portretul		2h
7. Genurile fotojurnalismului: Peisajul		2h
8. Genurile fotojurnalismului - fotografia publicitară		2h
9. Fotografia de sport		2h
10. Afișul electoral		2h
11. Fotografia de modă, de produs, de artă		2h
12. Fotografia de fapt divers, fotografia de ilustrare, fotografia de spectacol		2h
13. Fotojurnalismul și iluzia realității. Probleme etice contemporane		2h

14. Fotografia și drepturile minorilor & persoanelor cu dizabilități. Ghidul UNICEF cu privire la protejarea drepturilor minorilor. Prevederi CNA cu privire la dreptul la imagine.		2h
Bibliografie: Newton Julianne, The Burden of visual truth – The role of fotojournalism in mediating reality , Lawrence Eribaum Associates, Publishers-Mahwah, New Jersey, London, 2001. Wells, Liz – Photography: a critical introduction , Routledge – Taylor and Francis Group, 2000. Lester Paul – Photojournalism – an ethical approach , Lawrence Eribaum Associates Inc, 1991. Morris G. John – Get the picture: a personal history of photojournalism , Random House, 1998. Thoveron, Gabriel – Comunicarea politică azi: cei care aleargă după fotolii și cei care vor să le păstreze , Ed. Antet, București, 1996. Almasy Paul, Fotografia funcțională , în lucrarea colectivă Le photojournalisme – informer en écrivant des photos – Centre de formation st de perfectionnement des journalistes, Paris, 1990. Stoiciu Andrei – Imaginea vizuală – Cum se vând idei și oameni , Ed. Humanitas, București, 2000. Guery Louis – Du bon usage de la photo de la presse , în lucrarea colectivă Le photojournalisme – informer en écrivant des photos – Centre de formation st de perfectionnement des journalistes, Paris, 1990. Lambert Frederic – Quatre niveaux de lecture d’une image photographique de presse , în lucrarea colectivă Le photojournalisme – informer en écrivant des photos – Centre de formation st de perfectionnement des journalistes, Paris, 1990. Maliarevsky Michel – Le photographie de spectacle , în lucrarea colectivă Le photojournalisme – informer en écrivant des photos – Centre de formation st de perfectionnement des journalistes, Paris, 1990. Maliarevsky Michel – Le photographie d’illustration în lucrarea colectivă Le photojournalisme – informer en écrivant des photos – Centre de formation st de perfectionnement des journalistes, Paris, 1990. Bauret Gabriel – Abordarea fotografiei , Editura All, 1998. Durand Gilbert, Aventurile imaginii. Imaginația simbolică . Imaginarul – Ed. Nemira, 1999. Feininger Andreas – Fotograful creator , Ed. Meridiane, București, 1967 Fiske, John, Understanding Popular Culture , Unwin Hyman, Boston, Massachusetts Edon Clifton – Photojournalism. Principles and Practices – William C. Brown, Dubuque, Iowa. Freund, Gisele – Photography and Society , Gordon Faster, Londra. Gidal Tim – Modern Photojournalism: Origin and Evolution , Collier Books, New York Taft Robert – Photography and the American Scene. A social history , 1839-1889, Dover, New York. Atherton, Nigel, The Illustrated Digital Camera Handbook , London, Flame Tree Publishing, 2007 Iarovici, Eugen, Fotografia și lumea de azi , București, Editura Tehnică, 1989 Owen, Ben, Digital Photography – Step by step , London, Arcturus, 2010 Wunenburger, Jean-Jacques, Filozofia imaginilor , Iași, Polirom, 2004.		
8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Genuri în fotografia de presă: portretul, vizualizare filme croma key, portret în natură, portret in studio, particularități	conversația euristică, explicația, exercițiul, observația, munca independentă, activitate pe grupe, proiectul; portofoliul; autoevaluarea	2h
2. Fotografia de sport - tutoriale, instrumentar necesar. Întâlnire cu un fotojurnalist specializat pe fotografie de sport		2h
3. Fotografia de peisaj și de produs, tutoriale		2h
4. Fotografia de spectacol și fotografia de ilustrare		2h
5. Fotografia electorală, analiza afiș electoral din 1989 până în prezent. Campanii electorale celebre. Greșeli și exemple de bune practici		2h
6. Fotografia de fapt divers: exemple, studii de caz, probleme de etică		2h
7. Fotografia de modă și Photoshop-ul		2h
În plus, la fiecare seminar, studenții vor pregăti câte două prezentări powerpoint, despre personalitatea, opera și contribuția unui fotojurnalist celebru la alegere: Mathew Brady, Margaret Bourke White, Roger Fenton, Hanry Cartier Bresson, Robert Capa, Carol Pop de Szathmari, Eduard Weston, Dorothea Lange, Vivian Mayer, Lewis Hine, Edward Weston, Kevin Carter, Elliot Erwitt, Ion Miclea. Studenții vor lucra pe echipe și vor fi notați pentru originalitatea prezentării.	PPT	eșalonare, câte 2 prezentări la fiecare seminar.
Bibliografie: Gabriela Sandu, Manual de fotojournalism , Ed. Tritonic, Bucuresti, 2004; Peter Burian & Robert Caputo- Fotografia – Ghid practic		

Julienne Newton, **The burden of visual truth**, Publishers-Mahwah, New Jersey, London, 2001;
 Liz Wells, **Photography, a critical introduction**, Routledge-Taylor and Francis Group, 2000;
 Lucian Ionica, **Imaginea vizuala**, Ed. Marineasa, Timisoara, 2000;
 Gabriel Bauret, **Abordarea fotografiei**, Ed. All, 1988;

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.	-portofolii, referate, prezentări PPT	maximum 60%
	- Manifestări atitudinale	- Participare activă, conștiințozitate, 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, 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:

15.09.2025

Semnătură șef catedră:

Prof. univ. dr. Simona Antofi

FIȘA DISCIPLINEI

Istoria mentalităților și genezelor modelelor culturale

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			Istoria mentalităților și genezelor modelelor culturale				
2.2 Titularul activităților de curs			Daniel Lucian Gălățanu				
2.3 Titularul activităților de seminar			-				
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	Ob

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	2	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator/proiect	-
3.4 Total ore din planul de învățământ	28	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator/proiect	-
Distribuția fondului de timp					72
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					25
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					25
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					16
Tutoriat					2
Examinări					4
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual	72				
3.8 Total ore pe semestru	100				
3.9 Numărul de credite	4				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	• Parcurgerea și însușirea conținuturilor specifice disciplinelor de cultura generala
4.2 de competențe	• Lectura si analiza presei culturale.

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	• Sală de curs echipată cu calculatoare, TV și acces la Internet.
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului/proiectului	• -

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 (narrative, 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.4.3. 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 Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării. CP2 Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare (NTIC). 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. 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 istoriei mentalităților.
7.2 Obiectivele specifice	• Însușirea noțiunilor teoretico-metodologice cu aplicabilitate în analiza presei culturale actuale din perspectiva studiilor culturale • Identificarea particularităților cultural-identitare reperabile în discursurile intelectuale puse în circulație în spațiul Occidental și Răsăritean; • Stimularea interesului pentru studiul fenomenelor culturale din spațiul de geneza românesc și european; • Formarea unei concepții sistemice asupra raporturilor dintre reprezentările culturale și discursurile identitare din spațiul oriental și european.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
Modele culturale, atitudini mentale și sisteme de valori. Relații între mituri și societăți. Mentalul colectiv, geografii simbolice, clișee, stereotipii, reprezentări colective. Arhetipul și scheme arhetipale. Imaginarul și imagologia. Orientul antic. Condiția omului în univers. Arhetipuri, sensuri, narațiuni alegorice reprezentative: creația cosmogonică; timp sacru / timp profan; călătoria și treptele ei; raportul etern / trecător; moartea / depășirea ei. . Epopeea lui Ghilgameș - model exemplar al căutării umane. Orientul antic. Condiția omului în univers. Arhetipuri, sensuri, narațiuni alegorice reprezentative: creația cosmogonică; timp sacru / timp profan; călătoria și treptele ei; raportul etern / trecător; moartea / depășirea ei. . Cartea Morților egipteană. Biblia. Condiția omului în miturile biblice. Raportul sacru-profan. Alegorii și modele exemplare. Funcționarea pildei și a parabolei. Vechiul Testament (cartile: Geneza, Cartea lui Iov, Ecclesiastul, Cântarea Cântărilor, Profeți - Iezechiel, Iona, Daniel). Motive: cosmogonia, androginul, Adam și Eva, tentația și căderea în păcat, Cain și Abel, Turnul Babel, potopul, încercarea dreptului, salvatorul). Biblia. Condiția omului în miturile biblice. Raportul sacru-profan. Alegorii și modele exemplare. Funcționarea pildei și a parabolei. Noul Testament - cărțile : Evanghelia după Ioan. Pilde christice. Motive mitico-simbolice : Noaptea de pe muntele Măslinilor, Gradina Ghetsimani, Cina cea de Taină, Pilda semănătorului, Pilda Păstorului, Parabola Orbilor, Metafore ale identificărilor. Apocalipsa : Motive mitico-simbolice: Cartea cu șapte Peciți, Sacrificiul Mielului, Ingerii care strigă, Leviathanul, Caii apocaliptici, Noul Ierusalim. Modelul grec. De la alegoriile mitice antice la toposurile lumii grecești. Toposurile reprezentative ale modelului grec. Semnificația arhetipală a cuplului Apollo-Dionysos. Alte valori ale lumii sacre. Valori ale lumii antice și grecești în textele homerice. Modelele exemplare. Semnificația globală a epopeii Odiseea : organizare în trepte a semnificației inițiatice din schema călătoriei. „Hybris-ul” și configurația universului tragic grec. Concepte și modele exemplare în tragedii Instituțiile Evului Mediu și geneza imaginarului. Cavalerul-călugăr și modelele arhetipale al Antichității. Elementele de continuitate în atmosfera epocii / dialogul cu valorile creștinismului. Formele literare specifice Evului Mediu. Particularități tematice. Scheme alegorice dominante în Evul Mediu. Romanul cavaleresc și căutarea Graalului. Cavalerii Mesei Rotunde: Principalele arhetipuri și alegorii (Masa rotundă, Graalul, călătoria, sabia, pădurea, puntea etc.) Căutări și deschideri: Renașterea. Atmosfera culturală: direcții ale gândirii renașcentiste. Maeștri și teoreticieni. Căutări și deschideri: Renașterea. . Impactul circulației ideilor asupra universului artistic - Imaginar socio-politic.	Prelegerea, conversația euristică, explicația, dezbaterrea, problematizarea.	- Studentii vor fi îndrumați în vederea consultării unor resurse bibliografice (inclusiv electronice) și a documentării suplimentare privind problematica vizată în cadrul cursurilor.
Bibliografie *** Caietele Echinox, vol. 10, Les imaginaires européens, Cluj-Napoca, Dacia, 2006 Boia, Lucian, Pentru o istorie a imaginarului, Humanitas, 2000 Cailliois, Roger, Abordări ale imaginarului, București ,Nemira,2001 Curtius, E. R., Literatura europeană și Evul Mediu latin, București, Univers, 1970 Durand, Gilbert, Știința despre om și tradiția, Ideea Europeană,2006 Durand, Gilbert, Introducere în mitologie. Mituri și societăți, Dacia, Cluj-Napoca, 2004 Duțu, Alexandru, Literatura comparată și istoria mentalităților, Univers, 1982		

Eliade, Mircea, Mitul eternei întoarceri, București, Ed. Științifică, 1991 Eliade, Mircea, Imagini și simboluri, București, Humanitas, 1994 Milea, Doinița, Confluente culturale și configurații literare. Despre metamorfozele imaginarului în spațiul literar, Editura Didactică și Pedagogică, 2005 Mihailescu, Calin Andrei, Renaștere, Manierism, Baroc, București, Curtea Veche, 2005 Wunenburger, Jean-Jacques, Utopia sau criza imaginarului, Cluj-Napoca, Dacia, 2001		
8.2 Seminar/laborator/proiect	Metode de predare	Observații
-.....		
Bibliografie		
-		

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

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

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 sumativă prin probă scrisă.	30%
10.5 Seminar/laborator/proiect	-		
10.6 Standard minim de performanță			
- Media notelor acordate la seminar să nu fie mai mică de 5. - Media notelor acordate pentru temele de casă, portofolii, referate etc. să nu fie mai mică de 5.			

Data completării

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar/laborator/proiect

10.09.2025

Prof. univ. dr. Daniel 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 de specialitate						
2.2 Titularul activităților de curs							
2.3 Titularul activităților de seminar	Conf. dr. Cătălin Negoită						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	1-2	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+3=7	din care: 3.2 curs	-	3.3 semin/laborator/practic	7
3.4 Total ore din planul de învățământ	98	din care: 3.5 curs	-	3.6 semin/laborator/practică	56
Distribuția fondului de timp					2
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					-
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					-
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					-
Tutoriat					-
Examinări					2
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual		2			
3.9 Total ore pe semestru		100			
3.10 Numărul de credite		2			

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	
4.2 de competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	- 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. C.2.2 – identifică concepte referitoare la public și audiența mass-media. C.3.1 – distinge între diferite tipuri de conținuturi și moduri de expresie (text, fotografie, audio, video) și tipuri de canale media. C.3.2 – indică norme gramaticale care reglementează formularea de enunțuri. C.3.3 – identifică tehnici de redactare sau structurare a conținutului și principii de retorică. C.5.1 – identifică modele utilizate pentru luarea deciziilor etice. C.5.2 – identifică normele profesionale în raport cu rolul asumat în comunicarea publică.
Aptitudini	Studentul/Absolventul: A.2.3 – adaptează mesajele la diverse situații și categorii sau segmente de public. A.3.1 – aplică practici de producție potrivite pentru diferite tipuri de conținuturi și moduri de expresie. A.3.2 – aplică norme de ortografie și gramatică, asigurând coerența și claritatea. A.3.3 – aplică principii de retorică sau compunere a mesajelor. A.5.1 – aplică modele pentru luarea deciziilor etice în context jurnalistic. A.5.2 – evaluează respectarea legislației privind accesul la informație, drepturile de autor etc.
Responsabilitate și autonomie	Studentul/Absolventul R.2.1 – evaluează caracteristicile reprezentării în mass-media. R.3.1 – produce un conținut sau produs media în vederea publicării/difuzării. R.3.2 – redactează și editează texte originale jurnalistice. R.4.1 – elaborează o analiză media sau monitorizare media. R.5.1 – judecă în raport cu modele etice și legislație în contextul luării deciziilor profesionale. R.7.3 – colaborează cu alte persoane în cadrul unor echipe pentru a rezolva probleme profesionale specifice.

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 Practică de specialitate este formarea și consolidarea competențelor profesionale aplicate în domeniul jurnalismului, prin integrarea cunoștințelor teoretice dobândite anterior în activități practice desfășurate în redacții, studiouri media sau platforme de comunicare, în condiții reale de muncă, sub îndrumarea unor profesioniști. Activitățile de practică vizează dezvoltarea capacității de redactare, documentare, editare, utilizare a tehnologiilor media și asumare responsabilă a rolului jurnalistului în societate.
7.2 Obiectivele specifice	Obiective cognitive Identifică principalele forme de exprimare jurnalistică în funcție de tipul de media (scrisă, radio, TV, online).

	• Recunoaște etapele esențiale ale realizării unui material jurnalistic (documentare, redactare, editare, publicare). • Distinge între genurile jurnalistice și aplicabilitatea lor în contexte redacționale diferite. • Explică rolul deontologiei și eticii profesionale în activitatea jurnalistului. • Analizează caracteristicile publicului-țintă pentru diverse platforme media. • Clasifică sursele jurnalistice în funcție de relevanță, credibilitate și accesibilitate. • Descrie structura organizatorică și funcțională a unei redacții de presă. • Evaluează influența platformelor digitale asupra proceselor de producție și distribuție jurnalistică. Obiective procedurale • Redactează materiale jurnalistice respectând normele stilistice, gramaticale și profesionale. • Aplică tehnici de intervievare și de documentare pe teren în contexte reale. • Utilizează instrumente digitale (software de editare, platforme CMS, aplicații audio-video) pentru producția de conținut. • Adaptează mesajul jurnalistic în funcție de canalul media și de publicul vizat. • Respectă termenele-limită și cerințele redacționale în procesul de livrare a materialelor. • Contribuie la elaborarea unor produse media variate (știri, reportaje, interviuri, podcasturi etc.) în colaborare cu echipe editoriale. Obiective atitudinale • Manifestă responsabilitate în respectarea normelor etice și deontologice ale profesiei. • Dă dovadă de autonomie și inițiativă în asumarea rolului jurnalistic în contexte reale. • Colaborează eficient în echipe redacționale și acceptă feedback constructiv. • Demonstrează spirit critic în selecția și tratarea informațiilor. • Se adaptează la diverse situații și contexte redacționale cu profesionalism și flexibilitate. • Respectă diversitatea opiniilor și cultivă o atitudine echilibrată în tratarea temelor sensibile sau controversate.
--	---

8. Conținuturi

8. 2 Seminar/laborator/practică	Metode de predare	Observații
1. Studioul TV – prezentare generală	conversația	10 h
2. Aspectele tehnice ale transmisiei	euristică,	10 h
3. Exersare tehnică TV de bază. Sincronizare tehnic – studio	explicația,	10 h
4. Știri și emisiuni: diferențe de prelucrare, redactare și mesaj. Aplicații	exercițiul,	10 h
5. Știrea TV: componente, structură, cronologie, protagoniști. Dicție și intonație. Aplicații pe grupe	obsevația, munca independentă,	10 h
6. Emisiunile TV: predocumentare, redactare, moderare, invitați. Aspecte tematice. Aplicații	activitate pe grupe, problematizarea;	10 h
7. Simulări de talk-show. Public / publicuri și intervenții în direct. Exerciții	investigația; autoevaluarea.	10 h
8. Emisiunea în direct. Exigente și caracteristici		10 h
9. Anchete și investigații. Aplicații		10 h
10. Tipuri de intervenții și registre discursive. Aplicații		8 h

Bakenhus, Norbert, **Radioul local: Ghid practic pentru jurnaliști**, Polirom, Iași, 1998
 Bălășescu, Mădălina, **Manual de producție în televiziune**, Polirom, Iași, 2003
 Bîlbîie, Răduț, **Dicționarul jurnalistului de radio**, Tritonic, București, 2004
 Coman, Mihai, **Introducere în sistemul mass-media**, Polirom, Iași, 2007
 Coman, Mihai, **Manual de jurnalism**, vol. I-II, Polirom, Iași, 2009
 Hartley, John, **Discursul știrilor**, Polirom, Iași, 1999
 Popescu, Cristian Florin, **Dicționar de jurnalism, relații publice și publicitate**, Tritonic, București, 2002
 Pospai, Mircea, Verman, Gheorghe, **Radioul public regional**, Editura Universității „Lucian Blaga”, Sibiu, 2002
 Preda, Sorin, **Tehnici de redactare în presa scrisă**, Polirom, Iași, 2006
 Coman, Mihai, **Manual de jurnalism, genuri jurnalistice**, vol. 2, ed. a II-a revăzută, Ed. Polirom, 2002
 Randall, David, **Jurnalistul universal –ghid practic pentru presa scrisă**, Editura Polirom, Iasi, 1998
 Popa, Dorin, **Mass media, astăzi**, Iași, Editura Institutul European, 2002
 Popescu, Florin Cristian, **Manual de jurnalism**, vol. II, Ed. Tritonic, București, 2003-2004, pg. 10-77 și 183-218
 Udriou, Neagu, **Angroșiști în piața informației**, București, Editura Niculescu, 1999

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; demonstrarea capacității de a explica și de a interpreta conținuturile teoretice pe de o parte și, de cealaltă parte de a pune în practică noile informații.	- studii de caz, portofolii, referate, comentarii și rezumate; discuții pe teme legate de noțiunile studiate	maximum 70%
	- Manifestări atitudinale	- Participare activă, conștiinciozitate, interes pentru studiul individual și în grup	30%
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

Conf. dr. Cătălin Negoită

Data avizării în catedră:

Semnătură director Departament:

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 Ciclu de studii	Licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	JURNALISM

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei		ETICĂ ȘI INTEGRITATE ACADEMICĂ					
2.2 Titularul activităților de curs		Lect. dr. Petrica Pașilea					
2.3 Titularul activităților de seminar		Lect. dr. Petrica Pașilea					
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare	V	2.7 Regimul disciplinei	Opțională

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	2	din care: 3.2 curs	1	3.3 seminar/laborator	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	28	din care: 3.5 curs	14	3.6 seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp					22
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					10
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					10
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					10
Tutoriat					3
Examinări					3
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual	22				
3.9 Total ore pe semestru	50				
3. 10 Numărul de credite	2				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	
4.2 de competențe	

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.2.4. 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.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.5.3. identifică legislația privind comunicarea publică în mass-media, legislația presei, reglementările aplicabile comunicării audio-vizuale, legislația privind drepturile de autor, legislația privind comunicarea publică și privată pe platformele digitale, elemente de legislație în domeniul protecției datelor cu caracter personal.
Aptitudini	Studentul/Absolventul: 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; A.5.2. evaluează respectarea legislației naționale și europene privind liberul acces la informație, proprietatea intelectuală, drepturile de autor, copyright-ul etc. în procesul comunicării profesionale și în activitățile de informare-documentare.
Responsabilitate și autonomie	Studentul/Absolventul 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. 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.

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). 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. 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 etică și integritate academică îl constituie familiarizarea studenților cu principiile eticii academice și cu elementele de bază ale unui comportament academic etic.
7.2 Obiectivele specifice	Obiective cognitive •Cunoașterea și înțelegerea rolului eticii și integrității academice în cercetarea științifică și elaborarea studiilor științifice. Obiective procedurale

	•Utilizarea de instrumente digitale și baze de date jurnalistic pentru documentare. •Analiza cazurilor de încălcare a eticii academice •Aplicarea unor criterii de selecție și ierarhizare a informațiilor în funcție de relevanță, actualitate și impact. Obiective atitudinale •Respectarea normelor de etică și deontologie academică •Manifestarea unui interes crescut și a curiozității constante față de evenimentele curente din sfera academică. •Susținerea diversității de opinii în spațiul public. •Manifestarea deschiderii față de abordări interdisciplinare în analiza derapajelor de la etica universitară.
--	---

8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Delimitări conceptuale. Norme și valori universitare	prelegerea, conversația euristică, dezbaterea, explicația, observația; prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului reflexiv	2 h
2. Standarde și reglementări în cercetarea științifică		2 h
3. Codurile de etică universitară		2 h
4. Proprietatea intelectuală și drepturile de autor		2 h
5. Plagiatul și autoplagiatul		2 h
6. Integritatea academică		2 h
7. Consecințe sociale ale lipsei de integritate academică		2 h
Bibliografie: Chelcea, Septimiu, <i>Cum să redactăm o lucrare de licență, o teză de doctorat, un articol științific în domeniul științelor socio-umane</i> , Editura Comunicare.ro, București, 2007 Eco, Umberto, <i>Cum se face o teză de licență</i> , Editura Polirom, Iași, 2014 Frunză, Sandu, <i>Comunicare etică și responsabilitate socială</i> , Editura Tritonic, București, 2011 Miroiu, Adrian (ed.), <i>Etica aplicată</i> , Editura Alternative, București, 2005 Morar, Vasile, <i>Moralități elementare</i> , Editura Paideia, București, 2004 Mureșan, Valentin, <i>Managementul eticii în organizații</i> , București, Editura Universității din București, 2009 Papadima, Liviu (coordonator), <i>Deontologie academică curriculum cadru</i> , Editura Universității din București, București, 2017, https://deontologieacademica.unibuc.ro/wp-content/uploads/2018/10/Deontologie-Academica-Curriculum-cadru.pdf Pleșu, Andrei, <i>Minima moralia</i> , Editura Humanitas, București, 2013 Singer, Peter, <i>Tratat de Etică</i> , București: Editura Polirom, București, 2006 Ștefan, Elena Emilia, <i>Etică și integritate academică</i> , Editura Pro Universitaria, București, 2018 *** Carta Universității „Dunărea de Jos”, https://ugal.ro/informatii/documente-publice/carta-universitatii Codul de etică și deontologie profesională universitară al Universității „Dunărea de Jos din Galați”, https://ugal.ro/informatii/documente-publice/codul-de-etica-si-deontologie-profesionala-universitara Legea 1/2011 a educației naționale, https://legeaz.net/legea-educatiei-nationale-1-2011/ Legea 8/1996 privind dreptul de autor și drepturile conexe, https://legeaz.net/legea-8-1996-drepturi-autor/ Legea 206/2004 privind buna conduită în cercetarea științifică, dezvoltarea tehnologică și inovare, http://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/52457 Legea 319/2003 privind statutul personalului de cercetare-dezvoltare, https://legeaz.net/lege-319-2003-statutpersonal-cercetare-dezvoltare/		
8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Moralitate vs. Legalitate	conversația euristică, explicația, exercițiul, obsevația, munca independentă, activitate pe grupe, problematizarea; investigația;	2 h
2. Ierarhie și autoritate		2 h
3. Reguli morale și de etichetă în spațiul academic		2 h
4. Etica publicării		2 h
5. Autorat și coautorat		2 h

6. Echitate și incluziune	referatul; proiectul; portofoliul;	2 h
7. Etica respectului față de persoane	autoevaluarea	2 h

Bibliografie:
Barrow, Robin, Keeney, Patrick (eds), *Academic Ethics*, London, Routledge, 2006
Chelcea, Septimiu, *Cum să redactăm o lucrare de licență, o teză de doctorat, un articol științific în domeniul științelor socio-umane*, Editura Comunicare.ro, București, 2007
Eco, Umberto, *Cum se face o teză de licență*, Editura Polirom, Iași, 2014
Frunză, Sandu, *Comunicare etică și responsabilitate socială*, Editura Tritonic, București, 2011
Miroiu, Adrian (ed.), *Etica aplicată*, Editura Alternative, București, 2005
Morar, Vasile, *Moralități elementare*, Editura Paideia, București, 2004
Mureșan, Valentin, *Managementul eticii în organizații*, București, Editura Universității din București, 2009
Papadima, Liviu (coordonator), *Deontologie academică curriculum cadru*, Editura Universității din București, București, 2017, <https://deontologieacademica.unibuc.ro/wp-content/uploads/2018/10/Deontologie-Academica-Curriculum-cadru.pdf>
Pleșu, Andrei, *Minima moralia*, Editura Humanitas, București, 2013
Singer, Peter, *Tratat de Etică*, București: Editura Polirom, București, 2006
Ștefan, Elena Emilia, *Etică și integritate academică*, Editura Pro Universitaria, București, 2018

Carta Universității „Dunărea de Jos”, <https://ugal.ro/informatii/documente-publice/carta-universitatii>
Codul de etică și deontologie profesională universitară al Universității „Dunărea de Jos din Galați”, <https://ugal.ro/informatii/documente-publice/codul-de-etica-si-deontologie-profesionala-universitara>
Legea 1/2011 a educației naționale, <https://legeaz.net/legea-educatiei-nationale-1-2011/>
Legea 8/1996 privind dreptul de autor și drepturile conexe, <https://legeaz.net/legea-8-1996-drepturi-autor/>
Legea 206/2004 privind buna conduită în cercetarea științifică, dezvoltarea tehnologică și inovare, <http://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/52457>
Legea 319/2003 privind statutul personalului de cercetare-dezvoltare, <https://legeaz.net/lege-319-2003-statutpersonal-cercetare-dezvoltare/>

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 continuă	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.	- studii de caz, portofolii, referate, comentarii și rezumate; discuții pe teme legate de noțiunile studiate	70%
	- Manifestări atitudinale	- Participare activă, conștiinciozitate, interes	

		pentru studiul individual și în grup	
10.6 Standard minim de performanță			
• însușirea noțiunilor de bază ale disciplinei • utilizarea parțial adecvată a terminologiei și a conceptelor asociate disciplinei • elaborarea unui proiect de specialitate sau cel puțin a unei părți a unui asemenea proiect, aplicând atât cunoștințe, teorii și metode de analiză proprii disciplinei, cât și norme și principii de etică profesională.			

Data completării:

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 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	Jurnalism

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Personajul mediatic						
2.2 Titularul activităților de curs	Lect. dr. Marius Țuca						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. dr. Marius Țuca						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	1	2.6 Tipul de evaluare	V	2.7 Regimul disciplinei	Opt.

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2 curs	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					58
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					15
Tutoriat					-
Examinări					3
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual		58			
3.9 Total ore pe semestru		100			
3.10 Numărul de credite		4			

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	
4.2 de competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	- sală de curs, videoproiector, tablă smart, laptop, conexiune la internet, software necesare prezentărilor (powerpoint, pdf) - cursul va fi completat cu activități individuale pe baza suportului/notițelor de curs și a materialelor bibliografice
5.2. de desfășurare a seminarului	- sala de seminar, videoproiector, laptop, conexiune la internet, software necesare prezentărilor, 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, 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.4.3. 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.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.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.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).

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 Personajul mediatic este de a oferi studenților o înțelegere aprofundată a mecanismelor prin care sunt construite, promovate și receptate personajele în spațiul public, cu accent pe mediile jurnalistică și digitale. Cursul urmărește dezvoltarea capacității critice și analitice a studenților în raport cu strategiile de reprezentare mediatică, contribuind la formarea unor profesioniști capabili să creeze și să gestioneze imaginea publică a indivizilor și a organizațiilor în mod etic, creativ și eficient.
7.2 Obiectivele specifice	Obiective cognitive • Identifică tipologiile personajelor mediatice în funcție de domeniul de activitate și platforma de expunere. • Descrie procesele de construcție simbolică a personajului în mass-media și pe rețelele sociale. • Analizează relația dintre identitatea reală și imaginea publică proiectată. • Explică mecanismele de influență și seducție prin care personajele mediatice captează atenția publicului. • Distinge între personaje construite jurnalistic și cele construite în scopuri comerciale sau politice. • Examinează rolul mass-mediei în legitimizarea sau delegitimizarea personajelor publice. • Clasifică strategiile discursive și vizuale utilizate pentru modelarea unei imagini mediatice coerente. • Evaluează impactul reprezentărilor mediatice asupra percepției publicului și a opiniei publice. Obiective procedurale • Analizează studii de caz privind evoluția personajelor mediatice în diferite contexte culturale și temporale. • Utilizează grile de evaluare pentru a descrie dimensiunile imaginii publice a unui personaj mediatic. • Realizează o prezentare comparativă între două personaje mediatice cu strategii de autopromovare diferite. • Aplica metode de analiză media (discursivă, semiotică, narativă) în interpretarea construcției simbolice a personajelor. • Construiește profiluri mediatice pe baza datelor din media tradiționale și digitale. • Selectează materiale relevante (video, audio, text) pentru ilustrarea modului de funcționare a imaginii mediatice. • Argumentează în scris modul în care mass-media poate transforma persoane obișnuite în figuri publice. • Participă la dezbateri pe teme legate de autenticitatea și manipularea imaginii în spațiul public.. Obiective atitudinale • Manifestă spirit critic față de construcțiile mediatice și narativele promovate de mass-media. • Dovedește interes pentru înțelegerea proceselor de reprezentare publică și manipulare simbolică.

	• Respectă principiile etice în analiza și prezentarea personajelor mediatice. • Demonstrează deschidere față de diversitatea strategiilor de autoprezentare în spațiul public. • 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: de ce personajul mediativ?	prelegerea,	2h
2. Contemporanii noștri – o treime dintre cei mai mari români	conversația	2h
3. Actualitatea temei. Aspecte tehnice	euristică,	2h
4. Literatură și jurnalism	dezbateri,	2h
5. Poezia ocazională. Poezia militantă	explicația,	2h
6. Caracteristicile poeziei totalitare: accesibilitatea, pozitivismul, actualizarea, manipularea	observația;	2h
7. Cadrul apariției personajelor mediatice. Presa românească de după 1989	prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului reflexiv	2h
Alexandrescu, Ion, <i>Persoană, personalitate, personaj</i>, Iași, Junimea, 1988 Battaglia, Salvatore, <i>Mitografia personajului</i>, traducere de Al. George, București, Univers, 1976 Călinescu, Matei, <i>A citi, a reciti. Către o poetică a (re)lecturii</i>, Iași, Editura Polirom, 2007 Ciocârlie, Corina, <i>Pragmatica personajului</i>, București, Editura Minerva, 1992 Eco, Umberto, <i>Lector in fabula: cooperarea interpretativă în textele narative</i>, traducere de Marina Spalas și Cornel Mihai Ionescu, București, Editura Univers, 1991 Feldman, Ofer - Valenty, Linda, <i>Profiling Political Leaders: Cross-Cultural Studies of Personality and Behavior</i>, Westport, Praeger, 2001 Graur, Alexandru, <i>Nume de persoane</i>, București, Editura Științifică, 1965 Klaver, Elizabeth, <i>Performing Television: Contemporary Drama and the Media Culture</i>, Bowling Green, OH, Bowling Green State University Popular Press, 2000 Marinescu, Adriana Ivonne, <i>Tipul eroului în cultura română - de la stereotip la comportament politic</i>, Iași, Editura Lumen, 2009 Popa, Marian, <i>Homo Fictus</i>, București, Editura pentru Literatură, 1968 Popovici, Vasile, <i>Eu, personajul</i>, București, Editura Cartea Românească, 1988 Popovici, Vasile, <i>Lumea personajului</i>, Cluj-Napoca, Editura Echinoc, 1997 Toolan, Michael, Narațiunea. <i>Introducere lingvistică</i>, Iași, Editura UAIC, 2008 Țeposu, Radu, <i>Viața și opiniile personajelor</i>, București, Cartea Românească, 1983 Zafiu, Rodica, <i>Limbaj și politică</i>, București, Editura Universității din București, 2007		
8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Personajul – element cheie în divertisment	conversația	2h
2. Homo Sapiens vs. Homo Fictus	euristică,	2h
3. Artistic vs. comercial	explicația,	2h
4. Tipologii mediatice: aventurierul	exercițiul,	2h
5. Tipologii mediatice: femeia ușoară	observația, munca	2h
6. Tipologii mediatice: încornoratul	independentă,	2h
7. Tipologii mediatice: luxuriantul	activitate pe	2h
8. Tipologii mediatice: zgârcitul / binefăcătorul	grupe,	2h
9. Tipologii mediatice: răsfățatul / beizadea / playboy-ul	problematizarea;	2h
10. Tipologii mediatice: demagogul	investigația;	2h
11. Tipologii mediatice: tiranul	referatul;	2h
12. Tipologii mediatice: excentricul	proiectul;	2h

13. Studiu de caz: Gigi Becali sau personajul omniprezent	portofoliul;	2h
14. Studiu de caz: Elodia sau personajul prezent prin absență	autoevaluarea	2h
Alexandrescu, Ion, <i>Persoană, personalitate, personaj</i>, Iași, Junimea, 1988 Battaglia, Salvatore, <i>Mitografia personajului</i>, traducere de Al. George, București, Univers, 1976 Călinescu, Matei, <i>A citi, a reciti. Către o poetică a (re)lecturii</i>, Iași, Editura Polirom, 2007 Ciocârlie, Corina, <i>Pragmatica personajului</i>, București, Editura Minerva, 1992 Eco, Umberto, <i>Lector în fabula: cooperarea interpretativă în textele narative</i>, traducere de Marina Spalas și Cornel Mihai Ionescu, București, Editura Univers, 1991 Feldman, Ofer - Valenty, Linda, <i>Profiling Political Leaders: Cross-Cultural Studies of Personality and Behavior</i>, Westport, Praeger, 2001 Gaur, Alexandru, <i>Nume de persoane</i>, București, Editura Științifică, 1965 Klaver, Elizabeth, <i>Performing Television: Contemporary Drama and the Media Culture</i>, Bowling Green, OH, Bowling Green State University Popular Press, 2000 Marinescu, Adriana Ivonne, <i>Tipul eroului în cultura română - de la stereotip la comportament politic</i>, Iași, Editura Lumen, 2009 Popa, Marian, <i>Homo Fictus</i>, București, Editura pentru Literatură, 1968 Popovici, Vasile, <i>Eu, personajul</i>, București, Editura Cartea Românească, 1988 Popovici, Vasile, <i>Lumea personajului</i>, Cluj-Napoca, Editura Echinox, 1997 Toolan, Michael, Narațiunea. <i>Introducere lingvistică</i>, Iași, Editura UAIC, 2008 Țeposu, Radu, <i>Viața și opiniile personajelor</i>, București, Cartea Românească, 1983 Zafiu, Rodica, <i>Limba și politică</i>, București, Editura Universității din București, 2007		

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

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

10. Evaluare

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

Data completării:

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	Media digitală						
2.2 Titularul activităților de curs	Lect. dr. Marius Țuca						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. dr. Marius Țuca						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	2	2.6 Tipul de evaluare	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.2.3. identifică structurile de proprietate, mecanismele de control, modele de producție și distribuție specifice sistemelor mass media; 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.3.4. distinge caracteristicile și funcționarea programelor software pentru sarcini de birou, cum ar fi prelucrarea textului, foi de calcul, prezentări, e-mail și baze de date, sisteme de gestiune de conținut, programe destinate editării, structurării conținutului destinat publicării sau difuzării. C.5.3. identifică legislația privind comunicarea publică în mass-media, legislația presei, reglementările aplicabile comunicării audio-vizuale, legislația privind drepturile de autor, legislația privind comunicarea publică și privată pe platformele digitale, elemente de legislație în domeniul protecției datelor cu caracter personal.
Aptitudini	Studentul/Absolventul: 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 A.3.4. utilizează aplicații software pentru compunerea, editarea, formatarea și oricărui tip de material scris sau compunerea și editarea de materiale audiovizuale. 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.7.1. utilizează instrumente online pentru a comunica și partaja resurse în medii digitale; A.7.5. utilizează instrumente digitale pentru organizarea, colectarea, stocarea, extragerea, arhivarea și prelucrarea datelor, informațiilor și conținutului digital.
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.2.2. 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. R4.2. 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.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.7.1. inițiază legături cu alte persoane și colaborează cu acestea direct sau prin intermediul instrumentelor digitale; 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	Disciplina Media digitală are ca obiectiv general dezvoltarea competențelor teoretice și practice necesare înțelegerii și utilizării profesionale a platformelor și tehnologiilor digitale în context jurnalistic. Cursul urmărește formarea capacității de a crea, disemina și evalua conținut digital specific mediilor online, de a analiza critic tendințele din sfera comunicării digitale și de a adapta strategiile editoriale în funcție de transformările continue ale ecosistemului media. Accentul este pus pe gândirea reflexivă, inovație și responsabilitate profesională în contextul digitalizării accelerate a spațiului public.
7.2 Obiectivele specifice	Obiective cognitive - Definirea principalelor concepte ale mediilor digitale (platformă, algoritm, engagement, convergență media etc.) și recunoașterea particularităților lor în context jurnalistic. - Identificarea diferențelor dintre jurnalismul tradițional și cel digital, din perspectiva formatelor, practicilor profesionale și relației cu publicul. - Explicarea modului în care funcționează algoritmiile platformelor digitale și a impactului acestora asupra vizibilității și diseminării conținutului jurnalistic. - Analiza comparativă a principalelor platforme digitale (website, rețele sociale, podcast, newsletter) în raport cu publicul-țintă și strategiile editoriale. - Aplicarea criteriilor de evaluare a credibilității și autenticității informațiilor în mediul digital, cu accent pe combaterea dezinformării. - Interpretarea datelor privind interacțiunile digitale (reach, click-through rate, engagement) pentru optimizarea conținutului jurnalistic. - Analizarea critică a influenței noilor tehnologii (AI, VR, realitate augmentată) asupra formelor emergente de storytelling digital. - Evaluarea oportunităților și riscurilor asociate comunicării media în spațiul digital, inclusiv etice și legale (protecția datelor, copyright, deepfake etc.). - Argumentarea alegerii unui format digital potrivit pentru diverse tipuri de conținut jurnalistic, în funcție de scop, public și canal. - Proiectarea unei strategii de comunicare digitală pentru un produs jurnalistic, utilizând gândire critică și abordări bazate pe date. Obiective procedurale - Producerea de conținut jurnalistic adaptat mediilor digitale (știri scurte, postări multimedia, articole optimizate SEO), folosind instrumente digitale de redactare, editare și publicare.

	• Utilizarea aplicațiilor și platformelor digitale (Canva, WordPress, Google Trends, Meta Business Suite etc.) pentru crearea de materiale vizuale, analizarea traficului și planificarea editorială. • Adaptarea mesajului jurnalistic la diferite canale digitale (TikTok, Instagram, podcast, newsletter), prin exerciții de transpunere cross-media și storytelling digital. • Aplicarea principiilor de etică digitală și protecția datelor personale în redactarea și distribuirea conținutului jurnalistic, prin studii de caz și exerciții de analiză critică. • Reflecția asupra impactului algoritmilor și inteligenței artificiale în selecția și diseminarea conținutului, prin dezbateri, mini-proiecte și recenzii de platforme. Obiective atitudinale • Dezvoltarea unei atitudini critice și reflexive față de conținutul digital consumat și produs, manifestând discernământ în raport cu sursele, platformele și influențele algoritmice. • Manifestarea responsabilității etice în comunicarea digitală, prin respectarea normelor deontologice, protejarea surselor și combaterea dezinformării. • Cultivarea deschiderii față de inovație și învățare continuă, prin explorarea proactivă a noilor instrumente și formate digitale relevante pentru jurnalism.
--	---

8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Evoluția jurnalismului în era digitală	prelegerea, conversația euristică, dezbateri, explicația, observația; prezentări în power-point pentru stimularea exercițiului reflexiv	2h
2. Platforme digitale și ecosistemul media online		2h
3. Algoritmi, vizibilitate și logica platformelor		2h
4. Etică și responsabilitate în jurnalismul digital		2h
5. Storytelling digital și formate emergente		2h
6. Analiza publicului și datele în media digitală		2h
7. Inteligența artificială și noile tehnologii în jurnalism		2h
Ciurel, Daniel – Ogarcin, Nicolae, <i>Jurnalismul digital și IA. Principii, practici și provocări</i>, Editura Polirom, Iași, 2024 Bârgăoanu, Alina, <i>#Fakenews. Noua cursă a înarmării</i>, Editura Evrika, București, 2018 Bosoteanu, Ionela Carmen, <i>New Media</i>, Editura Tritonic, București, 2019 Bradshaw, Paul, <i>The Online Journalism Handbook: Skills to Survive and Thrive in the Digital Age</i>, Routledge, London, 2021 Chadwick, Andrew, <i>The Hybrid Media System: Politics and Power</i>, Oxford University Press, 2017 Coman, Mihai (coord.), <i>Manual de jurnalism, ediția a III-a</i>, Editura Polirom, Iași, 2009 Hartley, John, <i>Discursul știrilor</i>, traducere Monica Mitarcă, Polirom, Iași, 1999 Kovach, Bill & Rosenstiel, Tom, <i>Blur: How to Know What's True in the Age of Information Overload</i>, Bloomsbury, New York, 2010 Mayer-Schönberger, Viktor & Cukier, Kenneth, <i>Big Data: A Revolution That Will Transform How We Live, Work, and Think</i>, Houghton Mifflin Harcourt, Boston, 2013 McQuail, Denis – Windahl, Sven, <i>Modele ale comunicării</i>, traducere Alina Bârgăoanu & Paul Dobrescu, comunicare.ro, București, 2001 Momoc, Antonio – Surugiu, Romina, <i>Media și inteligența artificială</i>, Editura Polirom, Iași, 2022 Napoli, Philip M., <i>Social Media and the Public Interest: Media Regulation in the Disinformation Age</i>, Columbia University Press, New York, 2019		

Negoită, Catalin (coord.), <i>Mediamorfoze VIII. Deontologia jurnalistică în era digitalizării</i> , Editura Tritonic, București, 2018 Szabo, Lucian-Vasile, <i>Jurnalism și comunicare digitală. Mass-media asaltată de social media</i> , Editura Universității de Vest, Timișoara, 2023		
8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Analiza comparativă a site-urilor de știri tradiționale și nativ digitale	conversația	2h
2. Exerciții de redactare pentru platforme diferite (Facebook, Instagram, TikTok, website)	euristică, explicația,	2h
3. Crearea și administrarea unui blog sau micro-site jurnalistic	exercițiul,	2h
4. Optimizarea conținutului pentru motoarele de căutare (SEO pentru jurnaliști)	obsevația, munca independentă,	2h
5. Simulare de breaking news în timp real, pe o platformă social media	activitate pe grupe,	2h
6. Proiectarea unei campanii de conținut digital pe o temă de interes public	problematizarea; investigația;	2h
7. Exerciții de fact-checking și identificare a știrilor false	referatul; proiectul;	2h
8. Analiza algoritmică: cum influențează algoritmi Facebook/Instagram/TikTok distribuția știrilor	portofoliul; autoevaluarea	2h
9. Evaluarea unei platforme de content management (WordPress)		2h
10. Crearea unui newsletter informativ (format, titluri, frecvență, public-țintă)		2h
11. Construirea unei identități digitale profesionale (bio, portofoliu, prezentă online)		2h
12. Analiza și interpretarea datelor de trafic cu ajutorul Google Analytics sau Meta Business Suite		2h
13. Test A/B pe titluri de știri: exercițiu de optimizare pentru click și retenție		2h
14. Dezbateri: Este AI o amenințare sau o resursă pentru jurnalismul de calitate?		2h
Ciurel, Daniel – Ogarcin, Nicolae, <i>Jurnalismul digital și IA. Principii, practici și provocări</i> , Editura Polirom, Iași, 2024 Bârgăoanu, Alina, <i>#Fakenews. Noua cursă a înarmării</i> , Editura Evrika, București, 2018 Bosoteanu, Ionela Carmen, <i>New Media</i> , Editura Tritonic, București, 2019 Bradshaw, Paul, <i>The Online Journalism Handbook: Skills to Survive and Thrive in the Digital Age</i> , Routledge, London, 2021 Chadwick, Andrew, <i>The Hybrid Media System: Politics and Power</i> , Oxford University Press, 2017 Coman, Mihai (coord.), <i>Manual de jurnalism, ediția a III-a</i> , Editura Polirom, Iași, 2009 Hartley, John, <i>Discursul știrilor</i> , traducere Monica Mitarcă, Polirom, Iași, 1999 Kovach, Bill & Rosenstiel, Tom, <i>Blur: How to Know What's True in the Age of Information Overload</i> , Bloomsbury, New York, 2010 Mayer-Schönberger, Viktor & Cukier, Kenneth, <i>Big Data: A Revolution That Will Transform How We Live, Work, and Think</i> , Houghton Mifflin Harcourt, Boston, 2013 McQuail, Denis – Windahl, Sven, <i>Modele ale comunicării</i> , traducere Alina Bârgăoanu & Paul Dobrescu, comunicare.ro, București, 2001 Momoc, Antonio – Surugiu, Romina, <i>Media și inteligența artificială</i> , Editura Polirom, Iași, 2022 Napoli, Philip M., <i>Social Media and the Public Interest: Media Regulation in the Disinformation Age</i> , Columbia University Press, New York, 2019 Negoită, Catalin (coord.), <i>Mediamorfoze VIII. Deontologia jurnalistică în era digitalizării</i> , Editura Tritonic, București, 2018 Szabo, Lucian-Vasile, <i>Jurnalism și comunicare digitală. Mass-media asaltată de social media</i> , Editura Universității de Vest, Timișoara, 2023		

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

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

10. Evaluare

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

Data completării:

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	Scriere creativă						
2.2 Titularul activităților de curs	Lect. dr. Viorica Isaia						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. dr. Viorica Isaia						
2.4 Anul de studiu	II	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 - 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 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.3.2. indică norme gramaticale care reglementează formularea de enunțuri, expresii și ortografierea cuvintelor. C.3.3. identifică tehnici de redactare sau structurarea a conținutului (narrative, 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.
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.3.2. aplică norme de ortografie și gramatică care reglementează formularea de enunțuri sau expresii și ortografierea cuvintelor, asigurând coerența și claritatea în textele redactate sau editate în contexte 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.3.4. utilizează aplicații software pentru compunerea, editarea, formatarea și oricărui tip de material scris sau compunerea și editarea de materiale audiovizuale. A.4.2. descoperă erori în argumentație, cadrele 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 narrative în contextul analizei profesionale a mesajelor media textuale, vizuale, audiovizuale și multimodale; A.7.2. selectează subiecte comune cu alte persoane pentru facilitarea comunicării în context profesional; A.7.3. utilizează persoanele de contact pentru obținerea de informații sau avantaje reciproce în context profesional;
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.2.2. 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.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 Sciere creativă are ca obiectiv general dezvoltarea competențelor teoretice și practice necesare înțelegerii și utilizării profesionale a platformelor și tehnologiilor digitale în context jurnalistic. Cursul urmărește formarea capacității de a crea, disemina și evalua conținut digital specific mediilor online, de a analiza critic tendințele din sfera comunicării digitale și de a adapta strategiile editoriale în funcție de transformările continue ale sistemului media. Accentul este pus pe gândirea reflexivă, inovație și responsabilitate profesională în contextul digitalizării accelerate a spațiului public.
7.2 Obiectivele specifice	Obiective cognitive • Definește conceptele fundamentale ale scrierii creative (voce narativă, stil, registru, ritm, tensiune). • Identifică trăsăturile genurilor de scriere expresivă utilizate în jurnalism (reportaj narativ, eseu, cronică, interviu cu valențe literare). • Explică modul în care alegerea cuvintelor influențează tonul și percepția mesajului. • Analizează comparativ stilurile unor autori relevanți pentru scrierea creativă în mass-media. • Clasifică și aplică figuri de stil și tehnici narative în contexte variate. • Argumentează alegerea unui punct de vedere narativ și a unei structuri textuale potrivite. • Evaluează impactul estetic și persuasiv al unui text creativ asupra publicului. Obiective procedurale • Redactează texte expresive (scurte povestiri, fragmente narative, eseuri, portrete) pe teme variate. • Exersează scrierea descriptivă și evocativă, folosind detaliul semnificativ și observația senzorială. • Construiește scene prin dialog, conflict și progres narativ. • Adaptează textele la cerințele diferitelor medii de comunicare (social media, bloguri, jurnal narativ, podcast).

	• Revizuieste și editează propriile texte în mai multe etape, ținând cont de grilele de evaluare sau feedback-ul colegilor. • Participă la ateliere de scriere colaborativă și exerciții de rescriere creativă. • Creează un portofoliu personal de texte care reflectă versatilitatea stilistică. Obiective atitudinale • Manifestă o atitudine reflexivă, autocritică și constructivă față de procesul de scriere. • Cultivă creativitatea, curajul de a experimenta și exprimarea personală autentică. • Respectă diversitatea stilurilor, temelor și viziunilor artistice. • Își însușește deschiderea față de feedback și disponibilitatea de a îmbunătăți constant ceea ce scrie. • Colaborează activ și empatic în cadrul atelierelor de scriere și proiectelor de grup. • Exersează răbdarea, perseverența și bucuria de a lucra cu limbajul ca mijloc de expresie artistică și profesională.
--	--

8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Fundamentele scrierii creative	prelegerea, conversația	2h
2. Vocea narativă, tonul și perspectiva	euristică, dezbateră,	2h
3. Descrierea și detaliul semnificativ	explicația, observația;	2h
4. Dialogul și construcția scenei	prezentări în	2h
5. Structura narativă și tensiunea	power-point pentru	2h
6. Editare și rescriere	stimularea	2h
7. Scriere creativă în noile media	exercițiului reflexiv	2h
Burroway, Janet, <i>Writing Fiction: A Guide to Narrative Craft</i> , University of Chicago Press, Chicago, 2019 Gardner, John, <i>The Art of Fiction: Notes on Craft for Young Writers</i> , Vintage, New York, 1991 King, Stephen, <i>Despre scris. Memorii ale meșteșugului</i> , Editura Nemira, București, 2016 Lamott, Anne, <i>Bird by Bird: Some Instructions on Writing and Life</i> , Anchor Books, New York, 1995 Munteanu, Nina, <i>Manual de scriere creativă. Scriitorul de ficțiune</i> , Editura Paralela 45, Pitești, 2011 Munteanu, Nina, <i>Scriitorul de jurnal. Descoperirea vocii interioare</i> , Editura Paralela 45, Pitești, 2012 Munteanu, Nina, <i>The Journal Writer: Finding Your Voice</i> , Pixl Press, Michigan, 2013 Munteanu, Nina, <i>The Ecology of Story: World as Character</i> , Pixl Press, Michigan, 2019 Munteanu, Nina, <i>A Diary in the Age of Water</i> , Inanna Publications, Toronto, 2020 Sălcudean, Ileana Nicoleta & Stănescu, Emma Teodora, <i>Manual de scriere creativă</i> , Editura Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca, 2014		
8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Exerciții de descriere senzorială	conversația euristică,	2h
2. Portret narativ	explicația, exercițiul,	2h
3. Poveste într-un moment	observația, munca	2h
4. Scenă prin dialog	independentă, activitate pe	2h
5. Scriere inspirată din fapte reale	grupe, problematizarea;	2h
6. Atelier de titluri și prime fraze	investigația; referatul;	2h
7. Rescriere creativă	proiectul; portofoliul;	2h
8. Scriere contra-cronometru	autoevaluarea	2h
9. Poveste inspirată din imagini		2h
10. Feedback între colegi		2h
11. Jocuri creative de scris		2h
12. Scriere cu restricții		2h

13. Atelier de blog sau jurnal		2h
14. Mini-proiect final		2h
Burroway, Janet, <i>Writing Fiction: A Guide to Narrative Craft</i> , University of Chicago Press, Chicago, 2019 Gardner, John, <i>The Art of Fiction: Notes on Craft for Young Writers</i> , Vintage, New York, 1991 King, Stephen, <i>Despre scris. Memorii ale meșteșugului</i> , Editura Nemira, București, 2016 Lamott, Anne, <i>Bird by Bird: Some Instructions on Writing and Life</i> , Anchor Books, New York, 1995 Munteanu, Nina, <i>Manual de scriere creativă. Scriitorul de ficțiune</i> , Editura Paralela 45, Pitești, 2011 Munteanu, Nina, <i>Scriitorul de jurnal. Descoperirea vocii interioare</i> , Editura Paralela 45, Pitești, 2012 Munteanu, Nina, <i>The Journal Writer: Finding Your Voice</i> , Pixa Press, Michigan, 2013 Munteanu, Nina, <i>The Ecology of Story: World as Character</i> , Pixa Press, Michigan, 2019 Munteanu, Nina, <i>A Diary in the Age of Water</i> , Inanna Publications, Toronto, 2020 Sălcudean, Ileana Nicoleta & Stănescu, Emma Teodora, <i>Manual de scriere creativă</i> , Editura Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca, 2014		

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

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

10. Evaluare

10. Evaluare			
Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- Capacitate de sinteză și prelucrare a informațiilor; Capacitate de definire de concepte, de demonstrație etc.	- evaluarea finală (examen)	minimum 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	maximum 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 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. Viorica Isaia

Semnătura titularului de seminar:
Lect. dr. Viorica Isaia

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	Creativitate publicitară (CO1 sem. I)						
2.2 Titularul activităților de curs	Lect. dr. Daniela Bogdan						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. dr. Daniela Bogdan						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	1	2.6 Tipul de evaluare	V	2.7 Regimul disciplinei	Opt.

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2 curs	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					58
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					10
Tutoriat					5
Examinări					3
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual		58			
3.9 Total ore pe semestru		100			
3.10 Numărul de credite		4			

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Introducere în publicitate
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.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.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 structurare a conținutului... ce vizează îmbunătățirea capacității de a informa, convinge sau motiva publicul. C.4.3. diferențiază între tipuri de narațiuni, tipuri de raționamente, elemente de logică, teoria argumentării și discurs public. C.5.1. identifică modele utilizate pentru luarea deciziilor etice sau raționamente morale.
Aptitudini	Studentul/Absolventul: A.2.2. analizează caracteristicile, nevoile și așteptările publicului-țintă. A.2.3. adaptează mesajele la diverse situații și segmente de public. A.3.1. aplică practici de producție potrivite pentru conținuturi multimedia și canale digitale. A.3.3. aplică principii de retorică sau compunere a mesajelor... A.4.1. aplică procese pentru verificarea unor informații A.4.2. descoperă erori în argumentație, cadrele sau scheme de interpretare distincte. A.4.3. analizează cuvinte, expresii, semne și simboluri... în analiza profesională a mesajelor media. A.5.1. aplică modele pentru luarea deciziilor etice... în crearea și distribuirea conținutului. A.7.1. utilizează instrumente online pentru a comunica și partaja resurse în medii digitale.
Responsabilitate și autonomie	Studentul/Absolventul R.2.1. evaluează caracteristicile reprezentării în mass-media și platformele digitale a unei teme, persoane sau grup. R.3.1. produce conținut media pentru difuzare/publicare pe canale sau platforme digitale. R.4.1. elaborează o analiză media sau o monitorizare media. R.4.3. analizează critic evenimente curente și tendințe culturale în contextul social și media. R.5.1. judecă în raport cu modele etice și coduri deontologice în probleme de comunicare. R.7.1. inițiază legături și colaborează cu alte persoane în rețele digitale. 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 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	Disciplina „Creativitate publicitară” urmărește dezvoltarea competențelor teoretice și practice necesare analizei în primă fază, apoi conceperii de spoturi publicitare de TV, radio, print și online, în concordanță cu principiile etice și metodele de stimulare a creativității pe care studenții le asimilează.
7.2 Obiectivele specifice	Obiective cognitive

	• Analiza unor brief-uri reale sau simulate și formularea obiectivelor creative clare, adaptate publicului țintă și mixului de marketing. • Generarea a cel puțin trei concepte creative distincte pentru un brief dat și argumentarea selecției celui mai potrivit concept pe baza criteriilor strategice. • Transformarea un concept creativ într-un set de lucrări practice: layout pentru print, spot radio, storyboard pentru spot TV și elemente de campanie digitală. • Aplicarea unor tehnici de redare vizuală și copywriting pentru a comunica ideea creativă clar și convingător. • Înțelegerea aspectelor etice și legale legate de creativitate (drepturi de autor, stereotipuri, responsabilitate socială) și demonstrarea capacității de a le integra în procesul creativ. Obiective procedurale • Elaborarea de materiale publicitare în colaborare cu actori comunitari. • Adaptarea mesajelor la specificul publicului și la nevoile comunității locale. • Analiza unor mari campanii publicitare pentru a vedea cum se manifestă creativitatea. • Utilizarea uneltelor multimedia pentru a transforma date și mărturii în formate vizuale accesibile pentru discursul publicitar. Obiective atitudinale • Demonstrarea de abilități de lucru în echipă și contra timp în dezvoltarea unei campanii creative și prezentarea profesională a ideii către un „client” virtual.
--	--

8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Particularități ale comunicării publicitare în epoca modernă Identificarea elementelor lingvistice/extralingvistice în textele publicitare	prelegerea, conversația euristică,	2h
2. Diversele suporturi media și diferențele între elementele reclamei. Particularități și strategii creative în discursul publicitar	dezbateră, explicația,	2h
3. Emoțiile în publicitate: tipologie, efecte	observația;	2h
4. Mesajele subliminale în publicitate	prezentări în	2h
5. Intertextualitatea în publicitate (parodie, citat, aluzie, ironie). Tipologii discursive în mesajul publicitar	power-point pentru stimularea	2h
6. Umorel în publicitate	exercițiului reflexiv	2h
7. Absurd, bizar, ciudat, negativ în publicitate. Despre poziționare. Cum să capeți un loc în mintea consumatorului		2h

Bibliografie:

Adamson, Allan P. *Brand Simple. Cum reusesc cele mai bune branduri prin simplitate*. Editura Publica 2010.

Don E. Schultz, Stanley I. Tannenbaum, Anne Allison, *Essentials of Advertising Strategy*, 3rd edition 1996.

Iliescu, Dragos, Dan Petre. *Psihologia reclamei si a consumatorului. Psihologia consumatorului*. Editura Comunicare.ro, 2010

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

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

Chelcea, Septimiu, *Psihosociologie aplicată. Publicitatea*, Iași: Polirom, 2016

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

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

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

Gibbons, Joan, *Art & Advertising*, I.B.Tauris, New York, 2005.

Frunză, Sandu, *Advertising constructs reality*, Ed. Tritonic, 2014

Haig Matt, *Mari succese ale unor branduri renumite*, Ed. Meteor Business, 2009

Holt, Douglas B, <i>How Brands Become Icons. The Principles of Cultural Branding</i> , Harvard Business School Press, Boston, MA, 2004.		
Kapferer, Jean-Noel. <i>Caile persuasiunii-modul de influentare a comportamentelor prin mass-media si publicitate</i> – Bucuresti: Comunicare.ro, 2002		
Larson, Charles U. <i>Persuasiunea. Receptare și responsabilitate</i> – Iași: Polirom, 2003.		
Lesko, Lou, <i>Advertising Photography. A Straightforward Guide to A Complex Industry</i> . Thomson Course Technology, 2008.		
Lindstrom, Martin., Buyology. <i>Adevăruri și minciuni despre motivele pentru care cumpărăm</i> , Editura Publică, 2011.		
Marcenac, Luc, Alain Milon, Serge-Henri Saint-Michel, <i>Strategii publicitare. De la studiul de marketing la alegerea diferitelor media</i> , Editura Polirom, Iași 2006		
Meyerson, Jeremy & Vickers, Graham, <i>Rewind. Forty Years of Design & Advertising</i> , Phaidon Press, London & New York, 2002.		
Mucchielli, Alex. <i>Arta de a influenta-analiza tehnicilor de manipulare</i> – Iasi: Polirom, 2003		
Margolis, Jonathan, Patrick Garrigan, <i>Guerrilla Marketing for Dummies</i> , Wiley Publishing, Inc., 2008.		
Morin, Christophe, <i>Neuromarketing: The New Science of Consumer Behavior</i> , Soc (2011) 48: 131–135.		
Preda, Sorin. <i>Introducere in creativitatea publicitara</i> , Iași: Polirom 2011.		
Sălăvăstru, Constantin. <i>Teoria și practica argumentării</i> . – Iași: Polirom, 2003.		
Tungate, Mark, <i>Adland: A Global History of Advertising</i> , Kogan Page, London and Philadelphia, 2007.		
8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Modele de creativitate în publicitate ale marilor branduri. Campanii și spoturi premiate	conversația euristică, explicația, exercițiul, obsevația, munca independentă, activitate pe grupe, problematizarea; investigația; referatul; proiectul; portofoliul; autoevaluarea	2h
2. Emoționalul în publicitate. Reclame TV – filme de scurt metraj		2h
3. Intertextualitatea în publicitate (parodie, citat, aluzie, ironie). Exemple. Aplicații		2h
4. Basmul, aluzia, parodia, pastișa, reclama scrisoare, reclama poem etc.		2h
5. Mituri și arhetipuri în publicitate		2h
6. Alte metode de stimulare creativă: gândirea laterală. Studii de caz		2h
7. Sexualitatea si publicitatea		2h
8. Stereotipuri de gen in reclamele la parfum si ciocolata		2h
9. Copiii in publicitate		2h
10. Reclame interzise. Care este miza?		2h
11. Creativitatea publicitara si campaniile sociale		2h
12. Branduri romanești. Comunismul ca produs vintage in advertising.		2h
13. Pregătirea portofoliilor individuale		4h
Bibliografie:		
Preda, Sorin. <i>Introducere in creativitatea publicitara</i> , Iași: Polirom 2011.		
Iliescu, Dragos, Dan Petre. <i>Psihologia reclamei si a consumatorului. Psihologia consumatorului</i> . Editura Comunicare.ro, 2010		
Balaban, Cristina Delia, <i>Comunicare publicitară</i> , Editura Accent, Cluj-Napoca 2005		
Boutaud, Jean-Jacques. <i>Comunicare, semiotica si semne publicitare. Teorii, modele si aplicatii</i> - Bucuresti: Tritonic, 2005		
Chelcea, Septimiu, <i>Psihosociologie aplicată. Publicitatea</i> , Iași: Polirom, 2016		
Olga Bălănescu, <i>Reclama românească, studio de caz asupra publicității românești contemporane</i> , Ed. Ariadna 98, 2009		
Rodger Streitmatter, <i>Sexul vinde</i> , București: Tritonic, 2006		
Mihai Chirică. <i>Celebritățile digitale și publicitatea</i> . Bucuresti: Tritonic. 2024		

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.	- evaluare pe parcurs	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.	- studii de caz, portofolii, referate, comentarii și rezumate; discuții pe teme legate de noțiunile studiate	60%
	- Manifestări atitudinale	- Participare activă, conștiinciozitate, interes pentru studiul individual și în grup	10%
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 Aura Bogdan

Semnătura titularului de seminar:
Lect. dr. Daniela Aura 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 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	Jurnalism

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Jurnalism cetățenesc și participativ						
2.2 Titularul activităților de curs	Lect. dr. Petrica Pațilea						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. dr. Petrica Pațilea						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	1	2.6 Tipul de evaluare	V	2.7 Regimul disciplinei	Opt.

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2 curs	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					58
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					10
Tutoriat					5
Examinări					3
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual		58			
3.9 Total ore pe semestru		100			
3.10 Numărul de credite		4			

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	
4.2 de competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	- sală de curs, videoproiector, tablă smart, laptop, conexiune la internet, software necesare prezentărilor (powerpoint, pdf) - cursul va fi completat cu activități individuale pe baza suportului/notițelor de curs și a materialelor bibliografice
5.2. de desfășurare a seminarului	- sala de seminar, videoproiector, laptop, conexiune la internet, software necesare prezentărilor, 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.2.4. identifică elementele care joacă un rol în procesul de formare a opiniei publice. 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 structurare a conținutului... ce vizează îmbunătățirea capacității de a informa, convinge sau motiva publicul. C.4.1. clasifică diferitele surse de informare în diferite categorii. C.4.3. diferențiază între tipuri de narațiuni, tipuri de raționamente, elemente de logică, teoria argumentării și discurs public. C.5.1. identifică modele utilizate pentru luarea deciziilor etice sau raționamente morale. C.5.3. identifică legislația privind comunicarea publică în mass-media... și protecția datelor personale. C.6.1. identifică principiile relațiilor publice și managementului reputației.
Aptitudini	Studentul/Absolventul: A.1.2. aplică metode de colectare a datelor, respectând norme de etică a cercetării. A.2.2. analizează caracteristicile, nevoile și așteptările publicului-țintă. A.2.3. adaptează mesajele la diverse situații și segmente de public. A.3.1. aplică practici de producție potrivite pentru conținuturi multimedia și canale digitale. A.3.3. aplică principii de retorică sau compunere a mesajelor... A.4.1. aplică procese pentru verificarea unor informații. A.4.2. descoperă erori în argumentație, cadre sau scheme de interpretare distincte. A.4.3. analizează cuvinte, expresii, semne și simboluri... în analiza profesională a mesajelor media. A.5.1. aplică modele pentru luarea deciziilor etice... în crearea și distribuirea conținutului. A.7.1. utilizează instrumente online pentru a comunica și partaja resurse în medii digitale.
Responsabilitate și autonomie	Studentul/Absolventul 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, persoane sau grup. R.2.3. analizează critic pluralitatea de interpretări și opinii în reprezentarea media. R.3.1. produce conținut media pentru difuzare/publicare pe canale sau platforme digitale. R.4.1. elaborează o analiză media sau o monitorizare media. R.4.2. evaluează sursele informațiilor și corectitudinea acestora. R.4.3. analizează critic evenimente curente și tendințe culturale în contextul social și media. R.5.1. judecă în raport cu modele etice și coduri deontologice în probleme de comunicare. R.7.1. inițiază legături și colaborează cu alte persoane în rețele digitale. 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	Disciplina „Jurnalism cetățenesc participativ” urmărește dezvoltarea competențelor teoretice și practice necesare implicării active a viitorilor jurnaliști în procesele de informare, documentare și comunicare publică realizate împreună cu cetățenii. Cursul își propune să formeze capacitatea de a înțelege rolul jurnalismului participativ într-o societate democratică, de a produce conținut media relevant și responsabil și de a utiliza mijloacele digitale pentru a promova transparența, dialogul civic și coeziunea comunitară.
7.2 Obiectivele specifice	Obiective cognitive • Înțelege conceptele fundamentale ale jurnalismului participativ și diferențele față de jurnalismul tradițional. • Identifică rolul jurnalismului cetățenesc în consolidarea democrației și a spațiului public digital. • Recunoaște principalele modele de participare civică în mass-media și formele de implicare ale cetățenilor. • Cunoaște metodele de documentare și selecție a subiectelor cu relevanță comunitară. • Înțelege principiile eticii jurnalistice în contextul colaborării cu cetățeni-reporteri. • Analizează modul în care platformele digitale modifică raportul dintre jurnalist și public. • Recunoaște tipurile de surse și gradul lor de credibilitate în contextul jurnalismului colaborativ. Obiective procedurale • Elaborează materiale jurnalistice (text, audio, video, foto) în colaborare cu actori comunitari. • Utilizează platforme digitale (bloguri, rețele sociale, hărți colaborative etc.) pentru diseminarea informațiilor de interes public. • Adaptează mesajele la specificul publicului și la nevoile comunității locale. • Coordonează micro-campanii jurnalistice cu participarea cetățenilor pentru punerea în lumină a unor probleme comunitare. • Aplică metode de verificare a informațiilor în cadrul conținutului generat de utilizatori. • Realizează interviuri și anchete jurnalistice colaborative, respectând normele deontologice. • Utilizează uneltele multimedia pentru a transforma date și mărturii în formate vizuale accesibile. • Contribuie activ la crearea unor produse media în cadrul unor echipe mixte (jurnaliști-cetățeni). Obiective atitudinale • Manifestă respect pentru diversitatea de opinii și perspective ale membrilor comunității. • Promovează transparența, responsabilitatea civică și implicarea activă în problemele publice. • Susține colaborarea deschisă cu cetățenii în procesul de documentare și relatare jurnalistică.

8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Definirea jurnalismului cetățenesc	prelegerea,	2h
2. Democrația participativă și rolul cetățeanului-jurnalist	conversația	2h
3. Etica și responsabilitatea în jurnalismul participativ	euristică,	2h
4. Tehnologii și platforme pentru jurnalismul participativ	dezbaterea,	2h
5. Tipuri de conținut în jurnalismul cetățenesc	explicația,	2h
6. Reprezentarea grupurilor vulnerabile și a minorităților în presa participativă	observația; prezentări în	2h
7. Impactul jurnalismului cetățenesc asupra opiniei publice și politicilor locale	power-point pentru stimularea exercițiului reflexiv	2h
Bărcăoanu, Alina, <i>#Fakenews. Noua cursă a înarmării</i>, Editura Evrika, București, 2018 Barbu, Florin (coord.), <i>Jurnalism, societate, democrație</i>, Editura Tritonic, București, 2015 Coman, Mihai (coord.), <i>Manual de jurnalism, ediția a III-a</i>, Editura Polirom, Iași, 2009 Domingo, David & Singer, Jane B. (coord.), <i>Participatory Journalism: Guarding Open Gates at Online Newspapers</i>, Wiley-Blackwell, Malden/Oxford, 2011 Gladstone, Brooke & Neufeld, Josh, <i>The Influencing Machine: Brooke Gladstone on the Media</i>, W. W. Norton, New York, 2011 Graves, Lucas, <i>Deciding What's True: The Rise of Political Fact-checking in American Journalism</i>, Columbia University Press, New York, 2016 Gruescu, Petrișor, <i>Jurnalism și credibilitate</i>, Editura Comunicare.ro, București, 2017 Higgins, Eliot, <i>We Are Bellingcat: Global Crime, Online Sleuths, and the Bold Future of News</i>, Bloomsbury Publishing, Londra, 2021 Jenkins, Henry, <i>Textual Poachers: Television Fans & Participatory Culture</i>, Routledge, Londra/New York, 1992 Lăzăroiu, Gabriel, <i>Media și opinia publică</i>, Editura Areopagica, Iași, 2014		
8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Analiza unor platforme de jurnalism cetățenesc din România și internațional.	conversația	2h
2. Compararea conținutului produs de jurnaliști profesioniști și de cetățeni pe aceeași temă.	euristică,	2h
3. Exercițiu de identificare a unor subiecte locale ignorate de presa tradițională.	explicația,	2h
4. Redactarea unei postări civice pentru social media pe un subiect comunitar.	exercițiul,	2h
5. Realizarea unui mini-interviu cu un membru al comunității pe o temă de interes public.	obsevația, munca independentă,	2h
6. Cartografiere colaborativă a unor inițiative civice locale.	activitate pe grupe,	2h
7. Simularea unui proces de verificare a informațiilor (fact-checking).	problematicizarea;	2h
8. Exercițiu de redactare a unui articol participativ (reportaj sau relateare).	investigația;	2h
9. Crearea unui vlog/jurnal video cu temă civică.	referatul;	2h
10. Analiza critică a reprezentării unor proteste sau cauze civice în media participativă.	proiectul;	2h
11. Exercițiu de scriere colaborativă în echipe (jurnalist + cetățeni).	portofoliul;	2h
12. Prezentarea unor studii de caz: platforme ca Recorder, Rise Project, Occupy Wall Street media etc.	autoevaluarea	2h
13. Feedback colegial asupra unui material jurnalistic realizat de un coleg.		2h
14. Realizarea unui mini-proiect media participativ (pe grupe) și prezentarea acestuia în fața clasei.		2h
Bărcăoanu, Alina, <i>#Fakenews. Noua cursă a înarmării</i>, Editura Evrika, București, 2018 Barbu, Florin (coord.), <i>Jurnalism, societate, democrație</i>, Editura Tritonic, București, 2015 Coman, Mihai (coord.), <i>Manual de jurnalism, ediția a III-a</i>, Editura Polirom, Iași, 2009		

Domingo, David & Singer, Jane B. (coord.), *Participatory Journalism: Guarding Open Gates at Online Newspapers*, Wiley-Blackwell, Malden/Oxford, 2011
 Gladstone, Brooke & Neufeld, Josh, *The Influencing Machine: Brooke Gladstone on the Media*, W. W. Norton, New York, 2011
 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
 Higgins, Eliot, *We Are Bellingcat: Global Crime, Online Sleuths, and the Bold Future of News*, Bloomsbury Publishing, Londra, 2021
 Jenkins, Henry, *Textual Poachers: Television Fans & Participatory Culture*, Routledge, Londra/New York, 1992
 Lăzăroiu, Gabriel, *Media și opinia publică*, Editura Areopagica, Iași, 2014

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.	- evaluare pe parcurs	minimum 40%
10.5 Seminar/laborator	- Însușirea și înțelegerea cunoștințelor prezentate în curs. Capacitatea de a pune în practică corect metodele, conceptele și noțiunile - Rezolvarea corectă și completă a temelor propuse; demonstrarea capacității de a explica și de a interpreta conținuturile teoretice pe de o parte și, de cealaltă parte de a pune în practică noile informații.	- studii de caz, portofolii, referate, comentarii și rezumate; discuții pe teme legate de noțiunile studiate	maximum 40%
	- Manifestări atitudinale	- Participare activă, conștiinciozitate, interes pentru studiul individual și în grup	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. 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	Facultatea de Litere
1.3 Departamentul	Literatură, Lingvistică și Jurnalism
1.4 Domeniul de studii	Științele comunicării
1.5 Ciclu de studii	Licenta
1.6 Programul de studii/Calificarea	JURNALISM

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Manipulare și rezistență la manipulare						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf. dr. Catalin Negoita						
2.3 Titularul activităților de seminar	Conf. dr. Catalin Negoita						
2.4 Anul de studiu	III	2.5 Semestrul	II	2.6 Tipul de evaluare	Verificare	2.7 Regimul disciplinei	Opțional

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	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					20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					25
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Tutoriat					15
Examinări					3
Alte activități.....					-
3.7 Total ore studiu individual	83				
3.9 Total ore pe semestru	125				
3.10 Numărul de credite	5				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	
4.2 de competențe	

5. Condiții (acolo unde este cazul)

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

6. a) Rezultatele învățării

Cunoștințe	La finalul cursului, studentul va cunoaște: 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.2.2. 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.3.2. indică norme gramaticale care reglementează formularea de enunțuri, expresii și ortografierea cuvintelor. 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.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, legislația presei, reglementările aplicabile comunicării audio-vizuale, legislația privind drepturile de autor, legislația privind comunicarea publică și privată pe platformele digitale, elemente de legislație în domeniul protecției datelor cu caracter personal. 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	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.4.4. interpretează valorile și mesajele ideologice și culturale încorporate în produsele media. A.4.2. descoperă erori în argumentație, cadre sau scheme de interpretare distincte oferite de diferite surse în contextul comunicării profesionale; 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; A.5.2. evaluează respectarea legislației naționale și europene privind liberul acces la informație, proprietatea intelectuală, drepturile de autor, copyright-ul etc. în procesul comunicării profesionale și în activitățile de informare-documentare.
Responsabilitate și autonomie	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.4.1. 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.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;
--	---

6. Competențele specifice acumulate

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

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

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	- Însușirea noțiunilor de informație, comunicare și manipulare a informației.
7.2 Obiectivele specifice	- Cunoașterea principalelor metode de manipulare a informației; - Dobândirea unor tehnici viabile de rezistență la manipulare; - Cunoașterea principalelor tehnici de propagare a fake-news în mediul online; - Dobândirea unor instrumente de lucru utile prin care cursanții să fie capabili să recunoască o situație de influențare și să o combată.

8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Persuasiunea, dezinformarea, intoxicarea - 2 ore 2. Propaganda, minciuna, zvonul – 2 ore 3. Manipularea în televiziune și radio- 2 ore 4. Manipularea în presa scrisă - 2 ore 5. Manipularea în mediul online. Pericole și atenționări - 2 ore 6. Manipularea în fotojurnalism - 2 ore 7. Etică și manipulare. Modalități concrete de a crește rezistența la manipularea prin mass media - 2 ore	Prelegere, conversația euristică, explicația, observația, folosirea resurselor în format electronic	
8. 2 Bibliografie: Chelcea, Septimiu, <i>Opinia publică. Strategii de persuasiune și manipulare</i>, Editura Economică, 2006. Crișan, Dorina; Danciu, Lucian, <i>Manipularea opiniei publice prin televiziune</i>, Editura Dacia, 2000. Ficeag, Bogdan, <i>Tehnici de manipulare</i>, 1996. Gueguen, Nicolas, <i>Psihologia manipulării și a supunerii</i>, Editura Polirom, 2007. Johnson, Richard Jr., <i>Manipularea subalternilor</i>, Editura Antet, s.a. Joule, R.V.; Beauvois, J.L., <i>Tratat de manipulare</i>, Editura Antet, 1997. Lesenciuc, Adrian, <i>Războiul hibrid sau Întoarcerea prin disimulare doctrinară la războiul absolut</i>, Editura Centrul Tehnic-Editorial al Armatei, București, 2023.		

Moulin de Labarthe, Arnould du, <i>Manipularea în relațiile publice</i> , Editura Antet, s.a. Mucchielli, Alexandru, <i>Arta de a influența: Analiza tehnicilor de manipulare</i> , Editura Polirom, 2002. Negoiță, Cătălin (coord.), <i>Mediamorfoze IX. Războiul hibrid reflectat în media</i> , Editura Tritonic, București, 2024. Raquin, Bernard, <i>Marile manipulări din epoca modernă</i> , Editura Pro, 2007. Radu, Silviu, <i>Manipularea maselor</i> , Editura Cartea de buzunar, 2000. Săftoiu, Claudiu, <i>Jurnalismul politic: Manipularea politicienilor prin mass-media, manipularea mass-media de către politicieni</i> , Editura Trei, 2003. R. B. Sparkman, <i>The art of manipulation</i> , Dial Press edition, 1978. Stănciugelu, Irina, <i>Măștile comunicării: De la etică la manipulare și înapoi</i> , Editura Tritonic, 2009. Teodorescu, Bogdan, <i>Cinci milenii de manipulare</i> , Editura Tritonic, 2007. Teodorescu, Oreste, <i>Demonii puterii în democrație: Manipularea, dezinformarea, psihotronica</i> , Editura Taso, 2011.		
8. 3 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
Zvonul - o sămânță de manipulare - 2 ore Dezinformare în presă scrisă (studiu de caz) - 4 ore Manipularea în televiziune (platou, moderator, unghiuri, cadre strânse, culori, montaj, carismă etc) - 2 ore Manipularea în fotografie- 4 ore Fake news și propagarea lor în online - 2 ore Trolling și propaganda. Cazul alegerilor din SUA - 2 ore Pseudoștiința și manipularea. Vaccinuri contra Covid 19, teoriile conspirației, 5G etc. - 2 ore Manipularea în publicitate (prin imagini, prin alegerea unui brand caracter, prin omiterea adevărului) - 2 ore Constrângeri etice în mass media ca rezistență la manipulare - 2 ore -Cum ne ferim de manipulare în mass media. Stimularea gândirii critice - 4 ore Folosirea unor tehnici de verificare a informației - 2 ore	Prelegere, conversația euristică, explicația, observația, folosirea resurselor în format electronic	
8.4 Bibliografie: Chelcea, Septimiu, <i>Opinia publică. Strategii de persuasiune și manipulare</i> , Editura Economică, 2006. Crișan, Dorina; Danciu, Lucian, <i>Manipularea opiniei publice prin televiziune</i> , Editura Dacia, 2000. Ficeag, Bogdan, <i>Tehnici de manipulare</i> , 1996. Gueguen, Nicolas, <i>Psihologia manipulării și a supunerii</i> , Editura Polirom, 2007. Johnson, Richard Jr., <i>Manipularea subalternilor</i> , Editura Antet, s.a. Joule, R.V.; Beauvois, J.L., <i>Tratat de manipulare</i> , Editura Antet, 1997. Lesenciuc, Adrian, <i>Războiul hibrid sau Întoarcerea prin disimulare doctrinară la războiul absolut</i> , Editura Centrul Tehnic-Editorial al Armatei, București, 2023. Moulin de Labarthe, Arnould du, <i>Manipularea în relațiile publice</i> , Editura Antet, s.a. Mucchielli, Alexandru, <i>Arta de a influența: Analiza tehnicilor de manipulare</i> , Editura Polirom, 2002. Negoiță, Cătălin (coord.), <i>Mediamorfoze IX. Războiul hibrid reflectat în media</i> , Editura Tritonic, București, 2024. Raquin, Bernard, <i>Marile manipulări din epoca modernă</i> , Editura Pro, 2007. Radu, Silviu, <i>Manipularea maselor</i> , Editura Cartea de buzunar, 2000. Săftoiu, Claudiu, <i>Jurnalismul politic: Manipularea politicienilor prin mass-media, manipularea mass-media de către politicieni</i> , Editura Trei, 2003. R. B. Sparkman, <i>The art of manipulation</i> , Dial Press edition, 1978. Stănciugelu, Irina, <i>Măștile comunicării: De la etică la manipulare și înapoi</i> , Editura Tritonic, 2009. Teodorescu, Bogdan, <i>Cinci milenii de manipulare</i> , Editura Tritonic, 2007. Teodorescu, Oreste, <i>Demonii puterii în democrație: Manipularea, dezinformarea, psihotronica</i> , Editura Taso, 2011.		

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

Cunoasterea mecanismelor si strategiilor de functionare a unei statii de televiziune si a unui post de radio.

10. Evaluare

10.7. Evaluare			
Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Parcursarea și însușirea conținuturilor predate.	Evaluarea continuă prin metode orale	20%
	Studiul bibliografiei și elaborarea portofoliului de fișe din studiile indicate.	Evaluarea continuă prin metode orale	20%
10.5 Seminar/laborator	Elaborarea, în conformitate cu standardele științifice academice, a unei lucrări pe o temă propusă la sfârșitul semestrului.	Evaluarea sumativă prin probă scrisă	40%
	Participarea la dezbaterile din cadrul seminariilor.	Evaluarea continuă prin metode orale	20%
10.6 Standard minim de performanță			
Media notelor acordate la seminar să nu fie mai mică de 5. Media notelor acordate pentru temele de casă, portofolii, referate etc. să nu fie mai mică de 5. Acoperirea unui procent de 50 % din subiectul prevăzut pentru lucrarea finală.			
Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar	
10.09.2025	Conf. dr. Cătălin Negoită	Conf. dr. Cătălin Negoită	
Data avizării în catedră:	Semnătura șefului catedrei: 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	Fake news și verificarea informației						
2.2 Titularul activităților de curs	Lect. dr. Marius Tuca						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. dr. Marius Tuca						
2.4 Anul de studiu	II	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.2.4: 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, 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.4.2: 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.5.3: identifică legislația privind comunicarea publică în mass-media, legislația presei, reglementările aplicabile comunicării audio-vizuale, legislația privind drepturile de autor, legislația privind comunicarea publică și privată pe platformele digitale, elemente de legislație în domeniul protecției datelor cu caracter personal.
Aptitudini	Studentul/Absolventul: A.2.3: adaptează mesajele la diverse situații și categorii sau segmente de public în contextul comunicării profesionale. 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. 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. A.5.2: evaluează respectarea legislației naționale și europene privind liberul acces la informație, proprietatea intelectuală, drepturile de autor, copyright-ul etc.
Responsabilitate și autonomie	Studentul/Absolventul R.2.3: analizează critic pluralitatea de interpretări date și de opinii formulate în contextul reprezentării media a subiectelor și evenimentelor curente. 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.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.

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 Fake news și verificarea informației este de a dezvolta capacitatea studenților de a recunoaște, analiza și contracara fenomenele dezinformării și manipulării mediatice, prin formarea unor competențe teoretice, practice și etice în evaluarea critică a informațiilor. Cursul își propune să cultive o atitudine responsabilă față de informare, precum și abilități de fact-checking aplicabile în activitatea jurnalistică și în comunicarea publică. În același timp, studenții vor învăța să utilizeze instrumente digitale și metode investigative pentru a promova un discurs mediatic corect, verificabil și de încredere.
7.2 Obiectivele specifice	Obiective cognitive - Definirea conceptelor de bază legate de dezinformare, fake news, post-adevăr și manipulare mediatică. - Clasificarea tipurilor de conținut fals sau înșelător din media și rețelele sociale. - Identificarea principalelor surse și mecanisme de propagare a informațiilor false în spațiul public. - Explicarea diferențelor dintre dezinformare, „misinformare” și „malinformare”. - Analiza strategiilor de influențare folosite în știrile false și în campaniile de manipulare. - Recunoașterea tehnicilor de manipulare vizuală și textuală folosite în conținutul media. - Evaluarea credibilității surselor de informare și a conținutului online. - Interpretarea impactului social și politic al dezinformării asupra opiniei publice și democrației. Obiective procedurale - Aplicarea de tehnici de verificare a informației, folosind instrumente digitale precum fact-checking, reverse image search sau analiză de metadata. - Elaborarea un protocol propriu de analiză critică a conținutului online suspect. - Utilizarea platforme lor și resurselor profesionale (ex: Snoops, FactCheck.org, EUvsDisinfo, Google Fact Check Tools) pentru identificarea știrilor false. - Proiectarea unor mesaje informative sau educative care explică publicului larg pericolul dezinformării. - Redactarea unor articole sau rapoarte jurnalistice care integrează procesul de verificare a informației și evidențierea surselor verificate. Obiective atitudinale - Manifestarea unei atitudini critice și responsabile față de informațiile consumate și distribuite în mediul online. - Susținerea valorilor etice ale comunicării publice și importanța onestității în diseminarea informațiilor. - Dezvoltarea unei vigilențe și a scepticismului constructiv în fața informațiilor neconfirmate sau manipulative. - Asumarea rolului de formator de opinie onest, prin promovarea surselor credibile și verificate.

	• Încurajarea de comportamente reflexive și participative în demontarea dezinformării în comunitate. • Respectarea pluralismului opiniilor și promovarea dialogului informat în detrimentul polarizării și manipulării.
--	--

8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Definirea conceptului de fake news – tipologii, caracteristici, distincții față de alte forme de dezinformare.	prelegerea, conversația	2h
2. Istoricul manipulării informației – propagandă, zvonuri și dezinformare în context istoric.	euristică, dezbaterea,	2h
3. Mecanismele psihologice și sociale ale dezinformării – biasuri cognitive, camere de ecou, efectul de confirmare.	explicația, observația;	2h
4. Rolul rețelelor sociale în propagarea fake news – algoritmi, influenceri, viralizare.	prezentări în power-point pentru	2h
5. Economia dezinformării – clickbait, publicitate, interese comerciale și politice.	stimularea exercițiului reflexiv	2h
6. Instrumente și tehnici de fact-checking – platforme, metodologii, limitări.		2h
7. Etica jurnalismului în era post-adevărului – standarde profesionale și responsabilitate socială.		2h
Andreescu, Gabriel, <i>Despre limba de lemn. Argumente pentru o reconstrucție a eticii discursului public</i>, Editura Polirom, Iași, 2004 Bârgăoanu, Alina, <i>#Fakenews. Noua cursă a înarmării</i>, Editura Evrika, București, 2018 Bârgăoanu, Alina (coord.), <i>Dezinformarea: realități și capcane</i>, Editura Comunicare.ro, București, 2021 Bădescu, Ilie (coord.), <i>Enciclopedia valorilor reprimite. Propaganda</i>, Editura Mica Valahie, București, 2011 Chelcea, Septimiu, <i>Opinia publică: strategii de persuasiune și manipulare</i>, Editura Economică, București, 2006 Coman, Mihai, <i>Introducere în sistemul mass-media</i>, Editura Polirom, Iași, 2007 Cucu, Oliviu, <i>Strategii ale manipulării. Mic tratat de publicistică politică</i>, Editura Fundației Culturale Ideea Europeană, București, 2007 Frunză, Sandu, <i>Etica în jurnalismul narativ. De la seducția faptului la etica poveștii</i>, Editura Tritonic, București, 2020 Marwick, Alice, <i>Status și influență. Cultura vizibilității în era rețelelor sociale</i>, traducere de Vlad Russo, Editura Publica, București, 2023 McIntyre, Lee, <i>Post-Adevărul. Negarea logicii în epoca dezinformării</i>, traducere de Ciprian Șiulea, Editura Trei, București, 2019 Mihăileanu, Florin, <i>Jurnalismul între fake news și deontologie</i>, Editura Tritonic, București, 2022 Oprea, Dan, <i>Minciuna în comunicarea publică</i>, Editura Tritonic, București, 2019 Pariser, Eli, <i>Filtrul de bule. Ce pericol ascunde internetul personalizat</i>, traducere de Carmen Dima, Editura Publica, București, 2013 Radu, Raluca, & Bârgăoanu, Alina (coord.), <i>Politici de comunicare. Tehnologii, reglementări, conținuturi</i>, Editura Polirom, Iași, 2011 Vartanian, Oana (coord.), <i>Alfabetizare media și gândire critică. Ghid pentru profesori și elevi</i>, Editura Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca, 2022		
8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Analiza unor cazuri celebre de fake news din presa internațională.	conversația	2h
2. Studiu de caz: știri false distribuite masiv în România (politică, sănătate, pandemie etc.).	euristică, explicația,	2h
3. Exerciții de identificare a surselor suspecte vs. surse credibile.	exercițiul,	2h
4. Deconstrucția unor narrative conspiraționiste.	observația, munca independentă,	2h
5. Analiza titlurilor manipulative și a tehnicilor de clickbait.		2h
6. Compararea unei știri reale cu o versiune falsificată a acesteia.	activitate pe grupe,	2h
7. Simulări de fact-checking cu ajutorul platformelor (ex: Snopes, FactCheck.org, Verificat.ro).	problematizarea; investigația;	2h

8. Rolul influenței algoritmilor în recomandarea de conținut: experimente personale și reflecții.	referatul; proiectul; portofoliul; autoevaluarea	2h
9. Analiza campaniilor de dezinformare în timpul alegerilor.		2h
10. Redactarea unei analize critice a unei postări virale dubioase.		2h
11. Exerciții de identificare a fotografiilor trucate și manipulărilor vizuale.		2h
12. Realizarea unei mini-campanii de educație media pentru combaterea fake news.		2h
13. Exerciții de argumentare pro/contra privind reglementarea conținutului fals online.		2h
14. Prezentarea unui proiect individual de verificare a unei știri suspecte.		2h
Andreescu, Gabriel, <i>Despre limba de lemn. Argumente pentru o reconstrucție a eticii discursului public</i> , Editura Polirom, Iași, 2004		
Bărgăoanu, Alina, <i>#Fakenews. Noua cursă a înarmării</i> , Editura Evrika, București, 2018		
Bărgăoanu, Alina (coord.), <i>Dezinformarea: realități și capcane</i> , Editura Comunicare.ro, București, 2021		
Bădescu, Ilie (coord.), <i>Enciclopedia valorilor reprimite. Propaganda</i> , Editura Mica Valahie, București, 2011		
Chelcea, Septimiu, <i>Opinia publică: strategii de persuasiune și manipulare</i> , Editura Economică, București, 2006		
Coman, Mihai, <i>Introducere în sistemul mass-media</i> , Editura Polirom, Iași, 2007		
Cucu, Oliviu, <i>Strategii ale manipulării. Mic tratat de publicistică politică</i> , Editura Fundației Culturale Ideea Europeană, București, 2007		
Frunză, Sandu, <i>Etica în jurnalismul narativ. De la seducția faptului la etica poveștii</i> , Editura Tritonic, București, 2020		
Marwick, Alice, <i>Status și influență. Cultura vizibilității în era rețelelor sociale</i> , traducere de Vlad Russo, Editura Publica, București, 2023		
McIntyre, Lee, <i>Post-Adevărul. Negarea logicii în epoca dezinformării</i> , traducere de Ciprian Șiulea, Editura Trei, București, 2019		
Mihăileanu, Florin, <i>Jurnalismul între fake news și deontologie</i> , Editura Tritonic, București, 2022		
Oprea, Dan, <i>Minciuna în comunicarea publică</i> , Editura Tritonic, București, 2019		
Pariser, Eli, <i>Filtrul de bule. Ce pericol ascunde internetul personalizat</i> , traducere de Carmen Dima, Editura Publica, București, 2013		
Radu, Raluca, & Bărgăoanu, Alina (coord.), <i>Politici de comunicare. Tehnologii, reglementări, conținuturi</i> , Editura Polirom, Iași, 2011		
Vartanian, Oana (coord.), <i>Alfabetizare media și gândire critică. Ghid pentru profesori și elevi</i> , Editura Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca, 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.	- evaluare pe parcurs	minimum 40%
10.5 Seminar/laborator	- Însușirea și înțelegerea cunoștințelor prezentate în curs. Capacitatea de a pune în practică corect metodele, conceptele și noțiunile - Rezolvarea corectă și completă a temelor propuse; demonstrarea capacității de a explica și de a interpreta conținuturile	- studii de caz, portofolii, referate, discuții pe teme legate de noțiunile studiate	maximum 50%

	teoretice pe de o parte și, de cealaltă parte de a pune în practică noile informații.		10%
	- Manifestări atitudinale	- Participare activă, conștiinciozitate, interes pentru studiul individual și în grup	
10.6 Standard minim de performanță			
• însușirea noțiunilor de bază ale disciplinei • utilizarea parțial adecvată a terminologiei și a conceptelor asociate disciplinei • elaborarea unui proiect de specialitate sau cel puțin a unei părți a unui asemenea proiect, aplicând atât cunoștințe, teorii și metode de analiză proprii disciplinei, cât și norme și principii de etică profesională.			

Data completării:

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	Media Literacy						
2.2 Titularul activităților de curs	-						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. dr. Daniela Bogdan						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	I	2.6 Tipul de evaluare	V	2.7 Regimul disciplinei	Facult.

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

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

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	
4.2 de competențe	

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.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.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.3.4. distinge caracteristicile și funcționarea programelor software pentru sarcini de birou, cum ar fi prelucrarea textului, foi de calcul, prezentări, e-mail și baze de date, sisteme de gestiune de conținut, programe destinate editării, structurării conținutului destinat publicării sau difuzării. C.5.3. identifică legislația privind comunicarea publică în mass-media, legislația presei, reglementările aplicabile comunicării audio-vizuale, legislația privind drepturile de autor, legislația privind comunicarea publică și privată pe platformele digitale, elemente de legislație în domeniul protecției datelor cu caracter personal.
Aptitudini	Studentul/Absolventul: A.2.3. adaptează mesajele la diverse situații și categorii sau segmente de public în contextul comunicării profesionale. A.3.4. utilizează aplicații software pentru compunerea, editarea, formatarea și oricărui tip de material scris sau compunerea și editarea de materiale audiovizuale. 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.7.1. utilizează instrumente online pentru a comunica și partaja resurse în medii digitale; A.7.5. utilizează instrumente digitale pentru organizarea, colectarea, stocarea, extragerea, arhivarea și prelucrarea datelor, informațiilor și conținutului digital.
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.2.2. 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; R4.2. 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.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.
--------------------------------	---

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Disciplina Media Literacy are ca obiectiv general dezvoltarea competențelor teoretice necesare în vederea gestionării știrilor și informațiilor false, dar și a abilităților practice care să ajute cursanții să se ferească de manipulare, propagandă, intoxicare etc.
7.2 Obiectivele specifice	Obiective cognitive • Navigarea cu eficiență în lumea informațiilor media, utilizând instrumente specifice; • Cunoașterea etapelor de verificare a informațiilor (factchecking); • Identificarea surselor de încredere și filtrarea conținutului corespunzător vârstei și capacității lor de înțelegere; • Verificarea veridicității informațiilor și a surselor de proveniență; • Analiza produselor media pentru a înțelege modul în care acestea sunt construite și pentru a dezvolta o înțelegere adecvată a semnificațiilor transmise; • Detectarea mesajelor încărcate de stereotipuri, prejudecăți, discriminări, tipare de reprezentare a lumii înconjurătoare; Obiective procedurale • Aplicarea unor principii de etică digitală și protecție a datelor personale în redactarea și distribuirea conținutului jurnalistic, prin studii de caz și exerciții de analiză critică. • Conștientizarea impactului algoritmilor și inteligenței artificiale în selecția și diseminarea conținutului, prin dezbateri, mini-proiecte și recenzii de platforme. Obiective atitudinale • Dezvoltarea unei atitudini critice și reflexive față de conținutul digital consumat și produs, manifestând discernământ în raport cu sursele, platformele și influențele algoritmice. • Manifestarea responsabilității etice în comunicarea digitală, prin respectarea normelor deontologice, protejarea surselor și combaterea dezinformării.

8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
Bibliografie		
8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații

1. Ce este media? Funcțiile media azi. Consum activ vs. consum pasiv. Ce tip de media consumăm și cât timp petrecem conectați la rețele? Prezentare sondaj CJI Relația cu informația și obiceiurile de consum media ale copiilor și tinerilor din România (https://cji.ro/studiu-relatia-cu-informatia-si-obiceiurile-de-consum-media-ale-copilor-si-tinerilor-din-romania/)	conversația euristică, explicația, exercițiul, observația, munca independentă,	2h
2. Tipuri de mesaje în mass media și deconstrucția lor. Hibridizarea genurilor media	activitate pe grupe, problematizarea;	2h
3. Interesul public vs interesul publicului. Fapte vs. opinii (exercițiu aplicativ Selly). Legitimătate și relevanță. Exemple	investigația; referatul; proiectul;	2h
4. Context. Punere și scoatere din context. Exemple	portofoliul;	2h
5. Internet și rețele. Pericolul dezinformării în comunicarea online	autoevaluarea	2h
6. Amprenta digitală. Bule de filtrare. Chambers. Troli și ferme de troli. Exemple de campanii care au funcționat sau care au fost demascate		2h
7. Dezinformarea, manipularea, propaganda, intoxicarea. Definiții și istoric		2h
8. Libertatea de exprimare, rolul jurnalistului. Legi în România care apără aceste drepturi ale jurnalistului		2h
9. Ecosistemul mass media. Instituțiile media și finanțarea lor		2h
10. Rolul publicului și independența editorială. Jurnaliști finanțați de public – exemple de bune practici din România		2h
11. Haos informațional. Informare greșită/dezinformare/informare malign. Forme ale haosului informațional. Drept de autor și cum se protejează în online		4h
12. Tipuri de fake news. Exemple		4h

Bârgăoanu, Alina, *#Fakenews. Noua cursă a înarmării*, Editura Evrika, București, 2018
Bosoteanu, Ionela Carmen, *New Media*, Editura Tritonic, București, 2019
Bradshaw, Paul, *The Online Journalism Handbook: Skills to Survive and Thrive in the Digital Age*, Routledge, London, 2021
Buckingham, D., *Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture*, Cambridge: Polity, 2003
Ciurel, Daniel – Ogarcin, Nicolae, *Jurnalismul digital și IA. Principii, practici și provocări*, Editura Polirom, Iași, 2024
Coman, Mihai (coord.), *Manual de jurnalism, ediția a III-a*, Editura Polirom, Iași, 2009
Gilster, P., *Digital Literacy*, New York: Wiley, 1997.
Hobbs, R., *Digital and Media Literacy: A Plan of Action A White Paper on the Digital and Media Literacy Recommendations of the Knight Commission on the Information Needs of Communities in a Democracy*, The Aspen Institute, Washington, 2010
Hobbs, R., *The Routledge Companion to Media Education, Copyright, and Fair Use*, Routledge, 2018
Horton, F. W., Jr., *Understanding information literacy: A primer*. Paris: UNESCO, 2007.
Kovach, Bill & Rosenstiel, Tom, *Blur: How to Know What's True in the Age of Information Overload*, Bloomsbury, New York, 2010
Momoc, Antonio – Surugiu, Romina, *Media și inteligența artificială*, Editura Polirom, Iași, 2022
Napoli, Philip M., *Social Media and the Public Interest: Media Regulation in the Disinformation Age*, Columbia University Press, New York, 2019
Negoiță, Catalin (coord.), *Mediamorfoze VIII. Deontologia jurnalistică în era digitalizării*, Editura Tritonic, București, 2018
Szabo, Lucian-Vasile, *Jurnalism și comunicare digitală. Mass-media asaltată de social media*, Editura Universității de Vest, Timișoara, 2023
Profilul de competențe al cetățeanului educat media, CJI, autor Anca Nedelcu
Jurnalism, fake news și dezinformare, manual pentru educație media, seria UNESCO
Ghidul Deepfake al Directoratului Național de Securitate Cibernetică
Manual de educație media pentru profesori, elaborat de CJI

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; 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, comentarii și discuții pe teme legate de noțiunile studiate.	70%
	- Manifestări atitudinale	- Participare activă, conștiinciozitate, interes pentru studiul individual și în grup.	30%
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:

-

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 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	Jurnalism

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Media Literacy						
2.2 Titularul activităților de curs	-						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. dr. Daniela Bogdan						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	II	2.6 Tipul de evaluare	V	2.7 Regimul disciplinei	Facult.

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

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

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	
4.2 de competențe	

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.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.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.3.4. distinge caracteristicile și funcționarea programelor software pentru sarcini de birou, cum ar fi prelucrarea textului, foi de calcul, prezentări, e-mail și baze de date, sisteme de gestiune de conținut, programe destinate editării, structurării conținutului destinat publicării sau difuzării. C.5.3. identifică legislația privind comunicarea publică în mass-media, legislația presei, reglementările aplicabile comunicării audio-vizuale, legislația privind drepturile de autor, legislația privind comunicarea publică și privată pe platformele digitale, elemente de legislație în domeniul protecției datelor cu caracter personal.
Aptitudini	Studentul/Absolventul: A.2.3. adaptează mesajele la diverse situații și categorii sau segmente de public în contextul comunicării profesionale. A.3.4. utilizează aplicații software pentru compunerea, editarea, formatarea și oricărui tip de material scris sau compunerea și editarea de materiale audiovizuale. 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.7.1. utilizează instrumente online pentru a comunica și partaja resurse în medii digitale; A.7.5. utilizează instrumente digitale pentru organizarea, colectarea, stocarea, extragerea, arhivarea și prelucrarea datelor, informațiilor și conținutului digital.
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.2.2. 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.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.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.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Disciplina Media Literacy are ca obiectiv general dezvoltarea competențelor teoretice necesare în vederea gestionării știrilor și informațiilor false, dar și a abilităților practice care să ajute cursanții să se ferească de manipulare, propagandă, intoxicare etc.
7.2 Obiectivele specifice	Obiective cognitive Navigarea cu eficiență în lumea informațiilor media, utilizând instrumente specifice; Cunoașterea etapelor de verificare a informațiilor (factchecking); Identificarea surselor de încredere și filtrarea conținutului corespunzător vârstei și capacității lor de înțelegere; Verificarea veridicității informațiilor și a surselor de proveniență; Analiza produselor media pentru a înțelege modul în care acestea sunt construite și pentru a dezvolta o înțelegere adecvată a semnificațiilor transmise; Detectarea mesajelor încărcate de stereotipuri, prejudecăți, discriminări, tipare de reprezentare a lumii înconjurătoare; Obiective procedurale Aplicarea unor principii de etică digitală și protecție a datelor personale în redactarea și distribuirea conținutului jurnalistic, prin studii de caz și exerciții de analiză critică. Conștientizarea impactului algoritmilor și inteligenței artificiale în selecția și diseminarea conținutului, prin dezbateri, mini-proiecte și recenzii de platforme. Obiective atitudinale Dezvoltarea unei atitudini critice și reflexive față de conținutul digital consumat și produs, manifestând discernământ în raport cu sursele, platformele și influențele algoritmice. Manifestarea responsabilității etice în comunicarea digitală, prin respectarea normelor deontologice, protejarea surselor și combaterea dezinformării.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
----------	-------------------	------------

8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Deconstrucția mesajelor media. Cinci concepte fundamentale ale educației media (autor, scop, conținut, format, public). Exemple de deconstrucție a mesajelor media locale și naționale	conversația euristică, explicația, exercițiul,	2h
2. Bias-uri și erori de raționare. Biasul de confirmare, de autoritate, amintirile false, fluența euristică, atracția pentru povești. Exemple pentru fiecare	obsevația, munca independentă,	2h
3. Teorii ale conspirației. Exemple	activitate pe grupe, problematizarea;	2h
4. Fact checking. Căutarea pe verticală și căutarea pe orizontală. Platforme de factchecking în Europa și în România.	investigația; referatul; proiectul;	2h
5. Cum se face verificarea informației pentru un text scris. Clickbait/autor/site/fapte și opinii/experti/link-uri/ verificarea imaginii ilustratoare.	portofoliul; autoevaluarea	2h
6. Cum se verifică un material audio-video? Exemple de manipulări în online.		2h
7. AI și jurnalismul. Avantajele și dezavantajele emergenței AI în științele comunicării.		2h
8. DEEPFAKE – o nouă provocare pentru utilizatorii de rețele. Exemple periculoase		2h
9. Ghidul Deepfake al Directoratului Național de Securitate Cibernetică		2h
10. AI generated propaganda: pagini false care propagă în online falsul patriotism și nostalgia față de trecut. Exemple și deconstrucție		2h
11. Teste de verificare a conținutului audio-video. Exerciții individuale		4h
12. Teste de verificare a informațiilor și știrilor din presa scrisă și online. Exerciții individuale		4h
Bârgăoanu, Alina, <i>#Fakenews. Noua cursă a înarmării</i>, Editura Evrika, București, 2018 Bosoteanu, Ionela Carmen, <i>New Media</i>, Editura Tritonic, București, 2019 Bradshaw, Paul, <i>The Online Journalism Handbook: Skills to Survive and Thrive in the Digital Age</i>, Routledge, London, 2021 Buckingham, D., <i>Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture</i>, Cambridge: Polity, 2003 Ciurel, Daniel – Ogarcin, Nicolae, <i>Jurnalismul digital și IA. Principii, practici și provocări</i>, Editura Polirom, Iași, 2024 Coman, Mihai (coord.), <i>Manual de jurnalism, ediția a III-a</i>, Editura Polirom, Iași, 2009 Gilster, P., <i>Digital Literacy</i>, New York: Wiley, 1997. Hobbs, R., <i>Digital and Media Literacy: A Plan of Action A White Paper on the Digital and Media Literacy Recommendations of the Knight Commission on the Information Needs of Communities in a Democracy</i>, The Aspen Institute, Washington, 2010 Hobbs, R., <i>The Routledge Companion to Media Education, Copyright, and Fair Use</i>, Routledge, 2018 Horton, F. W., Jr., <i>Understanding information literacy: A primer</i>. Paris: UNESCO, 2007. Kovach, Bill & Rosenstiel, Tom, <i>Blur: How to Know What's True in the Age of Information Overload</i>, Bloomsbury, New York, 2010 Momoc, Antonio – Surugiu, Romina, <i>Media și inteligența artificială</i>, Editura Polirom, Iași, 2022 Napoli, Philip M., <i>Social Media and the Public Interest: Media Regulation in the Disinformation Age</i>, Columbia University Press, New York, 2019 Negoită, Catalin (coord.), <i>Mediamorfoze VIII. Deontologia jurnalistică în era digitalizării</i>, Editura Tritonic, București, 2018 Renee Hobbs, <i>Reading the Media</i>, Teachers' College Press, 2006 Renee Hobbs, <i>Digital and Media Literacy: Connecting Culture and Classroom</i>, CORWIN PUBLISHERS, 2011 Renee Hobbs, <i>Media Literacy in Action: Questioning the Media</i>, ROWMAN LITTLEFIELD PUBLISHERS, 2024 Szabo, Lucian-Vasile, <i>Jurnalism și comunicare digitală. Mass-media asaltată de social media</i>, Editura Universității de Vest, Timișoara, 2023 <i>Profilul de competențe al cetățeanului educat media</i>, CJI, autor Anca Nedelcu <i>Jurnalism, fake news și dezinformare</i>, manual pentru educație media, seria UNESCO <i>Ghidul Deepfake al Directoratului Național de Securitate Cibernetică</i> <i>Manual de educație media pentru profesori</i>, elaborat de CJI		

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; 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, comentarii discuții pe teme legate de noțiunile studiate.	70%
	- Manifestări atitudinale	- Participare activă, conștiinciozitate, interes pentru studiul individual și în grup.	30%
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:

-

Semnătura titularului de seminar:

Lect. dr. Daniela Bogdan

Data avizării în catedră:

15.09.2025

Semnătură șef catedră:

Prof. univ. dr. Simona Antofi