

**FIȘA DISCIPLINEI****1. Date despre program**

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea “Alexandru Ioan Cuza” din Iași
1.2 Facultatea	Facultatea de Filosofie și Științe Social-Politice
1.3 Departamentul	Științe ale Comunicării și Relații Publice
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5 Ciclu de studii	Licență
1.6 Programul de studii / Calificarea	Comunicare și relații publice/ Specialist în relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Scritură în relații publice și publicitate						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf.univ.dr. Ioan-Alexandru Grădinaru						
2.3 Titularul activităților de seminar	Drd. Elisabeta Jalaboi						
2.4 An de studiu	III	2.5 Semestru	I	2.6 Tip de evaluare	M	2.7 Regimul disciplinei	OP

3. Timpul total estimat (ore pe semestru și activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	48	din care: 3.5 curs	24	3.6 seminar	24
3.7 Din care: Total ore online	0	din care: 3.8 curs online	0	din care: 3.9 seminar online	0
Distribuția fondului de timp					ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și altele					36
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					14
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					38
Tutoriat					10
Examinări					6
Alte activități					0
3.10 Total ore studiu individual					94
3.11 Total ore pe semestru					150
3.12 Număr de credite					4

4. Precondiții (dacă este cazul)

4.1 De curriculum	-
4.2 De competențe	-

5. Condiții (dacă este cazul)

5.1 De desfășurare a cursului	Videoproiector
5.2 De desfășurare a seminarului	Videoproiector

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>C1 Cunoașterea diferitelor tipuri de scriitură</p> <p>C1.1 cunoașterea și respectarea criteriilor deontologice și de performanță specifice domeniului</p> <p>C1.2 Dobândirea abilității de a utiliza cele mai relevante categorii și teorii dezvoltate în marginea conceptelor de text și scriitură</p> <p>C1.3 Elaborarea de texte potrivite pentru fiecare tip de media</p> <p>C2 Utilizarea integrată a aparatului conceptual și metodologic, în condiții de informare incompletă, pentru a rezolva probleme teoretice și practice noi;</p> <p>C2.1 cunoașterea principiilor redactării corecte și eficiente C2.2 înțelegerea procesului de cercetare specific C2.3 Dezvoltarea deprinderii de a identifica erorile în conceperea</p>
--------------------------------	---



	de texte în domeniul relațiilor publice și publicității
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 care apar în briefuri

7. Obiectivele disciplinei (din grila competențelor specifice acumulate)	
7.1. Obiectivul general	Definirea conceptelor, teoriilor și paradigmelor din domeniul scriiturii, cunoașterea și respectarea principalelor etape în cercetarea și elaborarea textelor, elaborarea unor strategii de comunicare adaptate la contextul social și la mediul de comunicare
7.2. Obiectivele specifice	Studentii care finalizează cu succes această disciplină vor fi capabili să: <ul style="list-style-type: none">• Redacteze texte pentru diferite categorii de public implicate• Redacteze texte specifice pentru presa scrisă, radio și TV• Analizeze și să construiască un blog

8. Conținut

8.1	Curs	Metode de predare	Observații
1.	Misiunea autorului de texte	Descrierea Prelegerea Explicația Conversația euristică Expunerea problematizată	[1], [2]
2.	Niveluri ale scriiturii		[1], [2], [7]
3.	Regulile copywritingului		[3], [6]
4.	Rolul cercetării în redactarea de texte		[2], [4]
5.	Brieful și problema relevanței		[2], [5]
6.	Principiul simplității		[1]
7.	Cunoașterea mediului de comunicare		[4]
8.	Originalitatea și dimensiunea creativă a scriiturii		[3], [8]
9.	Avantajele publicității testate		[3]
10.	Evitarea problemelor speciale în copywriting		[5], [6]
11.	Backgrounders și position papers		[2]
12.	Scrierea discursurilor		[4]
13.	Redactarea materialelor pentru internet		[4]
14.	Schimbările produse de era digitală la nivelul scriiturii		[2], [4]

Bibliografie

- [1] Gettins, Dominic, *Cum să scrii reclame de succes*, Editura Publica, București, 2009;
[2] Doug, Newsom, Carrell, Bob, *Redactarea materialelor de relații publice*, Editura Polirom, Iași, 2004;
[3] Caples, John, *Metode de publicitate testate*, Editura Publica, București, 2008;
[4] Aronson, Merry et alii, *Ghidul redactării în relații publice. Era digitală*, Editura Amsta Publishing, București, 2008;
[5] Trâncă, Sorin, *Brief*, Editura Publica, București, 2014;
[6] Leach, Heather, Graham, Robert, *Everything you need to know about creative writing*, Continuum, London, 2007;
[7] Pinker, Steven, *Simțul stilului. Ghid de scriere pentru oamenii inteligenți din secolul 21*, Editura Publica,



București, 2015;

[8] Thompson, Derek, *Creatorii de hituri. Știința popularității într-o lume distrată*, Editura Publica, București, 2017.

[9] Dennis Wilcox, Brian Reber, *Public Relations Writing and Media Techniques*, 7th edition, Pearson, 2014.

8.2	Seminar	Metode de predare	Observații
1.	Seminar introductiv	Descrierea Prelegerea Explicația Conversația euristică Expunerea problematizată	Fiecare student trebuie să pregătească un portofoliu și să participe la testul de seminar
2.	De ce avem nevoie pentru a scrie persuasiv? Metode corecte de redactare [2] [9] [8] [7]		
3.	Responsabilitatea etică și juridică a autorilor de texte [2]		
4.	Principiile redactării de materiale. Rolul cercetării [2]		
5.	Redactarea de texte pentru presa scrisă [2] [9] [6]		
6.	Memo-uri, emailuri, backgrounders și position papers [2] [4] [9]		
7.	Redactarea de texte pentru radio [2] [1] [9]		
8.	Redactarea de texte pentru televiziune [2] [3] [9]		
9.	Analiza blogului/vlogului profesional [9]		
10.	Redactarea de texte pentru site-uri web. Rescrierea unui website [2] [5] [9]		
11.	Cum scriem pentru social media: Facebook, Twitter, Instagram, TikTok [9]		
12.	Designul mesajului publicitar [2] [3]		
13.	Redactarea mesajelor publicitare pentru diverse tipuri de media [2] [5] [9]		
14.	Discursurile și prezentările [2]		
Bibliografie			
Identică cu bibliografia cursului.			

**9. Coroborarea conținutului disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității, asociațiilor profesionale și angajatorilor reprezentativi din domeniul relațiilor publice**

Conținutul prelegerilor și activitățile de seminar sunt astfel concepute încât studenții să-și perfecționeze competențele necesare îndeplinirii sarcinilor specifice domeniului scriiturii profesioniste. În plus, studenții sunt ajutați să-și însușească o parte a cunoștințelor și abilităților necesare unui copywriter pe o piață competitivă și în continuă dezvoltare. Discutarea aspectelor teoretice în corelație cu studii de caz relevante este menită să îi pregătească pe studenți pentru situațiile concrete pe care le vor întâlni.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere în nota finală (%)
10.4 Curs	Capacitatea de a înțelege structurile teoretice specifice scriiturii Capacitatea de a scrie texte pentru diferite tipuri de media Capacitatea de a analiza în mod profesionist textele de comunicare strategică Participarea la examen	Examen	50
10.5 Seminar	Prezența activă la seminarii. Absolvirea disciplinei este condiționată de participarea la minimum 7 seminarii Elaborarea portofoliului și participarea la testul de seminar	Evaluarea portofoliului, intervențiilor, discursului și a testului	50
10.6 Standard minim de performanță Participarea activă la cel puțin 7 seminarii. Îndeplinirea criteriilor de evaluare la nivelul de 45% din punctajul maxim			

Data completării
22.09.2022Titular de curs
Conf. univ.dr. Ioan-Alexandru GrădinaruTitular de seminar
Drd. Elisabeta Jalaboi

Data avizării în departament

25.09.2022

Director de departament
Conf.univ.dr. Gheorghe-Ilie Fârte