

**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	DEPARTAMENTUL DE ȘTIINTE ALE COMUNICĂRII ȘI RELATII PUBLICE
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii / Calificarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Tehnici mediatice						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf. Dr. STEFANIA BEJAN						
2.3 Titularul activităților de seminar	Asist. ALEXANDRA NICULINA GHERGUT - BABII						
2.4 An de studiu	III	2.5 Semestrul	V	2.6 Tip de evaluare*	E	2.7 Regimul disciplinei**	F

*E – Examen / C – Colocviu / V – Verificare

**OB – Obligatoriu / OP – Opțional / F – Facultativ

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp					ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și altele					10
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					8
Pregătire seminare/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					8
Tutoriat					2
Examinări					5
Alte activități					0
3.7 Total ore studiu individual*					33
3.8 Total ore pe semestru					75
3.9 Numărul de credite					3

4. Precondiții - De curriculum (dacă este cazul)

Promovarea disciplinei „Sistemul mass-media”

5. Condiții (dacă este cazul)

5.1 De desfășurare a cursului	
5.2 De desfășurare a seminarului/ laboratorului	

6. Obiective

La finalizarea cu succes a acestei discipline, studenții vor fi capabili să:

- elaboreze strategii media adecvate pentru campanii specifice, având în vedere publicul țintă și obiectivele de comunicare.
- aplice tehnici de storytelling și persuasiune în crearea mesajelor media atractive și convingătoare.
- redacteze diverse tipuri de conținut pentru știri, articole, bloguri și newslettere, adaptând stilul și tonul la nevoile publicului.
- să conceapă și să realizeze conținut pentru materiale tipărite, radio, televiziune și mediul digital.

7. Competențe/Rezultate ale învățării

- Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării
- Utilizarea noilor tehnologii de informare și comunicare
- Rezolvarea în mod realist – cu argumentare atât teoretică, cât și practică – a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora
- Studenții vor avea abilitatea de a comunica eficient, atât oral, cât și în scris
- Studenții vor avea abilitatea a concepe, realiza și folosi produse publicitare în diverse campanii de comunicare

8. Conținut

8.1 Curs	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
Convergența tehnică- deplasarea frontierelor dintre mijloacele comunicării de masă și dintre spațiul public și cel privat	descrierea explicația exemplificarea	2 ore; (1,4)
Agentul persuasiv în mass-media modernă	descrierea explicația exemplificarea	2 ore; (5,14)
Rolul persuasiunii în manipularea știrilor	descrierea explicația exemplificarea	2 ore; (14)
Storytelling - arta de a povesti „istorii” în scopul „formatării” spiritelor	descrierea explicația exemplificarea	2 ore; (6,8,15,16)
Investigația culturală despre știri: forme și practici ale jurnalismului. Atributele vizuale	descrierea explicația exemplificarea	2 ore; (15,16)

Producerea știrilor: fapt și ficțiune; credibilitate și ideologie	descrierea explicația exemplificarea	2 ore; (4, 5,15)
Tehnici de redactare pentru presa locală: colaborarea cu sursele specializate, blogging, digital-schmidigital	descrierea explicația exemplificarea	2 ore; (2,4,7)
Tehnica sondajului de opinie. Interferență cu opinia publică	descrierea explicația exemplificarea	2 ore; (2)
Feature - hard sau soft? Gen de graniță între informație și divertisment	descrierea explicația exemplificarea	2 ore; (3,4,7)
Jurnalismul social, calea de la „câine de pază” la agent comunitar	descrierea explicația exemplificarea	2 ore; (2)
Titlul jurnalistic - o aventură logico-lingvistică între informativ și incitant	descrierea explicația exemplificarea	2 ore; (3)
Talk-show-ul în radio și televiziune. Construcția unei expertize „populare” a politicii	descrierea explicația exemplificarea	2 ore; (3,6,10,11,12)
Creația audiovizuală actuală: înnoirea genurilor de ficțiune. Noua stilistică („Noua scriitură”)	descrierea explicația exemplificarea	2 ore; (6,9,10)
Divertismentul - noua logică a politicilor editoriale. Infotainment sau interferența informare - divertisment	descrierea explicația exemplificarea	2 ore; (5,6,10,13,)

Bibliografie

1. Patrice Flichy, O istorie a comunicării moderne. Spațiu public și viață privată, Ed. Polirom, Iași, 1999;
2. Val Vâlcu, Jurnalismul social, Ed. Polirom, Iași, 2007;
3. Mihai Coman (coord.), Manual de jurnalism. Tehnici fundamentale de redactare (vol. II), Ed. Polirom, Iași, 1999;
4. Jock Lauterer, Ziarul local. Cum să scrii pentru publicația unei comunități, Ed. Polirom, Iași, 2010;
5. Michael H. Haas, Uwe Frigge, Gert Zimmer, Radio management. Manualul jurnalistului de radio, Ed. Polirom, Iași, 2001;
6. Jonathan Bignell, Jeremy Orlebar, Manual practic de televiziune, Ed. Polirom, Iași, 2009;
7. Phil Andrews, Jurnalismul sportiv. O introducere, Ed. Polirom, Iași, 2006;
8. Christian Salmon, Storytelling, la machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits, La Découverte, Paris, 2007;
9. Télévision (numéro 3/2012) - La création: hier, aujourd'hui (Sous la direction de François Jost), CNRS Editions, Paris, 2012;
10. Télévision (numéro 4/2013) - L'appel du divertissement (Sous la direction de François Jost), CNRS Editions, Paris, 2013;
11. Patrick Charaudeau, Rodolphe Ghiglione, Talk Show-ul. Despre libertatea cuvântului ca mit, Ed. Polirom, Iași, 2005;
12. Daniela Zeca-Buzura, La taclale cu idolii, Talk-show-ul - dispozitiv strategic și simbolic al neoteleviziunii, Ed. Polirom, Iași, 2015;
13. Mirela Lazăr, Noua televiziune și jurnalismul de spectacol, Ed. Polirom, Iași, 2008;
14. Charles U. Larson, Persuasiunea. Receptare și responsabilitate, Ed. Polirom, Iași, 2003;

15. John Hartley, Discursul știrilor, Ed. Polirom, Iași, 1999;
16. Barbie Zelizer, Despre jurnalism la modul serios. Știrile din perspectivă academică, Ed. Polirom, Iași, 2007;
17. Robert L. Hilliard, Redactarea materialelor pentru televiziune, radio și noile media, Ed. Polirom, Iași, 2014.

8.2 Seminar / Laborator	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
Elaborarea unei strategii media adecvate	Explicația, Studiu de caz	2 ore; (1, 6)
Aplicarea de tehnici de storytelling și persuasiune în realizarea mesajelor media	Exerciții practice, Analiză exemple, Conversație euristică	2 ore; (1)
Redactarea de știri, articole, blog, newsletter	Exerciții practice, Analiză exemple	2 ore; (1, 2)
Crearea de materiale tipărite: afișe, reviste, broșuri, postere	Exerciții practice, Analiză exemple	2 ore; (1, 2)
Producerea de conținut pentru radio și televiziune	Exerciții practice, Analiză exemple	2 ore; (3, 7)
Realizarea de conținut video în format lung: podcast, streaming live, vlogging	Exerciții practice, Studiu de caz	2 ore; (2, 5)
Crearea de conținut digital în format scurt pentru platformele sociale: text, imagine statică, video	Exerciții practice, Studiu de caz	2 ore; (2, 4)

Bibliografie
1. Wilcox, D. L., & Reber, B. H. (2014). Public relations: writing and media techniques. Pearson.
2. Lima, P. (2020). Fundamentals of Writing: How to Write Articles, Media Releases, Case Studies, Blog Posts and Social Media Content.
3. Hilliard, R. (2014). Writing for Television, Radio, and New Media. Gengage Learning.
4. Waters, A. (2020). Confident Digital Content: How to Create and Manage Amazing Social Media and Web Content for a Futureproof Career. Kogan Page.
5. Sullivan, J. L. (2024). Podcasting in a platform age: from an amateur to a professional medium. Bloomsbury Academic.
6. Katz, H. (2022). The media handbook: A complete guide to advertising media selection, planning, research, and buying. Routledge.
7. Jonathan Bignell, Jeremy Orlebar, Manual practic de televiziune, Ed. Polirom, Iași, 2009.

9. Coroborarea conținutului disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității, asociațiilor profesionale și angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului

Disciplina „Tehnici mediatice” răspunde nevoilor exprimate de angajatori și organizații profesionale, precum necesitatea de a dezvolta competențe practice în redactarea conținutului media, utilizarea platformelor digitale și crearea de strategii media eficiente.

Angajatorii din domeniu subliniază importanța competențelor legate de utilizarea eficientă a platformelor digitale și capacitatea de adaptare rapidă la noile tendințe tehnologice și media.

Totodată, asociațiile profesionale cer o pregătire axată pe responsabilitate socială, etică și bune practici în comunicare, cerințe care sunt integrate în conținutul disciplinei.

10. Evaluare

10.1 Evaluare continuă		Pondere (min. 30%)		50		
Curs	Forma de evaluare					
	Pondere			0		
	Nepromovarea Evaluării continue determină nepromovarea Evaluării finale					
	Metode de evaluare					
				Detalii	Pondere	cu reexaminare
Seminar / Laborator	Forma de evaluare			Verificare practică		
	Pondere			100		
	Nepromovarea Evaluării continue determină nepromovarea Evaluării finale					
	Metode de evaluare					
				Detalii	Pondere	cu reexaminare
				Studiu de caz	50	Da
				Portofoliu	50	Da

10.2 Evaluare finală	Pondere (max. 70%)	50
	Forma de evaluare	Verificare scrisă finală

10.3 Mențiuni (situații speciale în evaluare)

10.4 Standard minim de performanță

Prezența activă la cel puțin 4 seminarii și obținerea, conform Regulamentului UAIC, a minimum nota 5 din fiecare tip de activitate supusă evaluării: seminar și examen scris.

Data completării, 22.09.2025	Titular de curs, Conf. Dr. STEFANIA BEJAN	Titular de seminar, Asist. ALEXANDRA NICULINA GHERGUT - BABII
---	--	--

Data avizării în departament, 25.09.2025	Director de departament, Conf. Dr. DANIEL-RARES OBADA
---	--