

**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 Ciclul 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	Practica de specialitate I						
2.2 Titularul activităților de curs							
2.3 Titularul activităților de seminar	Conf. univ. dr. Bejan Ștefania						
2.4 An de studiu	I	2.5 Semestrul	II	2.6 Tip de evaluare	C	2.7 Regimul disciplinei*	Ob

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

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	3.2 curs	0	3.3 seminar/laborator	4
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	3.5 curs	0	3.6 seminar/laborator	56
Distribuția fondului de timp					ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și altele					8
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					8
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					14
Tutoriat					6
Examinări					8
Alte activități					0
3.7 Total ore studiu individual					44
3.8 Total ore pe semestru					100
3.9 Numărul 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	-
5.2 De desfășurare a seminarului/ laboratorului	-

**6. Competențe specifice acumulate**

<b>Competențe profesionale</b>	<b>CP4.</b> Desfășoară activități de relații publice <b>CP8.</b> Utilizează diferite canale de comunicare <b>CP11.</b> Pregătește materiale de prezentare <b>CP16.</b> Stabilește relații cu media <b>CP60.</b> Utilizează tehnici de comunicare <b>CP62.</b> Creează materiale de promovare <b>CP67.</b> Prezintă argumente în mod convingător <b>CP68.</b> Practică ascultarea activă
<b>Competențe transversale</b>	<b>CT23.</b> Acceptă critici și orientări <b>CT33.</b> Este atent la detalii <b>CT58.</b> Gândește în mod inovator <b>CT59.</b> Gândește în mod creativ <b>CT65.</b> Aplică cunoștințe în domeniul științelor sociale și umaniste <b>CT69.</b> Are o minte deschisă

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

<b>7.1 Obiectivul general</b>	Să observe și să analizeze structura și funcționarea compartimentelor instituției primitoare
<b>7.2 Obiectivele specifice</b>	La finalizarea cu succes a acestei discipline, studenții vor fi capabili să: <ul style="list-style-type: none"><li>• Să observe și să analizeze structura și funcționarea redacțiilor de presă ori ale angajaților cu sarcini de comunicare internă și externă din organizația / instituția primitoare</li><li>• Să observe și să analizeze felul cum realizează un produs de comunicare, de la identificarea nevoii / comenzii etc., la rezultatul final</li><li>• Să participe la realizarea activităților curente de comunicare din instituțiile în care studenții își desfășoară activitatea de practică</li></ul>

**8. Conținut**

<b>8.1</b>	<b>Curs</b>	<b>Metode de predare</b>	<b>Observații</b> (ore și referințe bibliografice)
	Nu este cazul	Nu este cazul	-
<b>Bibliografie</b> Nu este cazul			
<b>8.2</b>	<b>Seminar / Laborator</b>	<b>Metode de predare</b>	<b>Observații</b> (ore și referințe bibliografice)
1.	Observarea organizației / instituției în care se desfășoară activitatea de practică	-Explicația -Descrierea -Dialogul	4 ore; (9)
2.	Identificarea elementelor comune cu organizații similare/ a elementelor care conferă unicitate		4 ore; (9, 11)
3.	Analiza organigramei organizației-gazdă pentru identificarea componentelor aparținând comunicării intra și extraorganizaționale		4 ore; (9, 10, 11)
4.	Studiul istoricului organizației în vederea analizei evenimentelor de succes/ de criză		4 ore; (2,11,12, 13)
5.	Propunerea unor direcții și canale de comunicare cu publicul țintă extraorganizațional		4 ore; (2, 5, 10)



6.	Observarea departamentului de comunicare : structură, componență, politici de PR	4 ore; (9, 11, 12 )
7.	Analiza postului de manager al departamentului de comunicare : poziția în organizație, roluri și responsabilități	4 ore; ( 11, 12, 13)
8.	Fișa postului unui purtător de cuvânt din instituția primitoare în contextul digitalizării	4 ore; (1, 2, 3, 4, 7 )
9.	Prezentarea principalelor activități de comunicare ( jurnalism/ relații publice / publicitate etc.) performate de compartimentele specializate ori de angajații specializați / desemnați să le realizeze	4 ore; (9,12,14 )
10.	Analiza principalelor activități de comunicare ( jurnalism / relații publice / publicitate etc.) performate de compartimentele specializate ori de angajații specializați / desemnați să le realizeze în contextul digitalizării	4 ore; ( 6, 7, 9, 11)
11.	Identificarea tehnicilor de comunicare folosite în activitățile din domeniu la locul de efectuare a practicii de specialitate	4 ore; (9, 10, 11 )
12.	Analizarea instrumentelor de comunicare folosite în activitățile din domeniu (articole, comunicate de presă, buletine informative, afișe, broșuri etc.)	4 ore; (9, 10, 12 )
13.	Propunerea unor strategii de comunicare în acord cu expectațiile publicului utilizator al New Media	4 ore; (1, 2, 3, 5, 6, 7)
14.	Analiza temelor realizate la solicitarea specialiștilor/ departamentelor de comunicare din organizațiile care oferă stagii de practică	4 ore; (11, 12 )

### Bibliografie

1. Bădău, Horea-Mihai, *Manual de jurnalism online: cum să produci și să promovezi conținut de succes în online*, Ed. Tritonic, Buc., 2015;
2. Bădău, Horea-Mihai, *Tehnici de comunicare în social media*, Ed. Polirom, Iași, 2011;
3. Fidler, Roger, *Mediamorphosis. Să înțelegem noile media*, Ed. Idea Design&Print, Cluj, 2004;
4. Rich, Carole, *Creating Online Media: a guide to research, writing and design on the Internet*, McGraw-Hill, London, 1999;
5. Lovink, Geert, *Cultura digitală. Reflecții critice*, Ed. Idea Design &Print, Cluj, 2004;
6. Susskind, Jamie, *Politica viitorului. Tehnologia digitală și societatea*, Ed. Corint, Buc., 2019 ;
7. Ulanu, Alexandru-Brăduț, *Cartea fețelor. Revoluția Facebook în spațiul social*, Ed. Humanitas, Buc., 2011;
8. Ulanu, Alexandru-Brăduț, „Jurnalismul online: Internetul, mijloc de colectare și difuzare a informațiilor”, în M. Coman ( coord. ), *Manual de jurnalism (ed. a II-a)*, Ed. Polirom, Iași, 2001;
9. Alex Mucchielli, *Comunicarea în instituții și organizații*, Ed. Polirom, Iași, 2008;
10. Philippe Cabin, Jean-François Dortier (coord.), *Comunicarea. Perspective actuale*, Ed. Polirom, Iași, 2010;
11. Doug Newsom, Judy VanSlyke Turk, Dean Kruckeberg, *Totul despre relațiile publice*, Ed. Polirom, Iași, 2003;
12. Doug Newsom, Jim Haynes, *Redactarea materialelor de relații publice*, Ed. Polirom, Iași, 2011;
13. Cristina Coman, *Comunicarea de criză. Tehnici și strategii*, Ed. Polirom, Iași, 2009;
14. Bonnie L. Drewnany, A. Jerome Jewler, *Strategia creativă în publicitate*, Ed. Polirom, Iași, 2009.

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

Conținutul activităților practice este astfel conceput încât studenții să-și perfecționeze competențele necesare îndeplinirii sarcinilor specifice meseriilor din domeniu în mod profesionist. Totodată, studenții sunt ajutați să-și însușească o parte a cunoștințelor și abilităților necesare, urmărind ceea ce se întâmplă pe o piață competitivă și în continuă dezvoltare. Aspectele întâlnite sunt menite să îi pregătească pe studenți pentru situațiile concrete pe care le vor întâlni în calitate de practicieni în domeniul comunicării (jurnalism, publicitate și relații publice).

**10. Evaluare**

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere în nota finală (%)
10.4 Curs	Nu este cazul	Nu este cazul	-
10.5 Seminar / Laborator	Capacitatea de a înțelege structura și funcționarea compartimentelor instituției primitoare -Analizarea instrumentelor de comunicare folosite și a unor produse de comunicare realizate cu sprijinul organizațiilor partenere UAIC la practica de specialitate	- Colocviu : - Analiza dosarului de practică - Dialogul profesor-student	- 50% conținutul dosarului de practică - 50% calificativul acordat de mentorul de la organizația unde studentul și-a desfășurat stagiul de practică
10.6 Standard minim de performanță	Studentul trebuie să realizeze temele și sarcinile stabilite de profesorul-evaluator și de mentorul de la organizația unde a avut loc stagiul de practică, în proporție de min. 50% - conform regulamentului de evaluare al UAIC Iași.		

Data completării,  
25.09.2024

Titular de curs,  
Nu este cazul

Titular de seminar,  
conf.univ.dr. Ștefania Bejan

Data avizării în departament,  
27.09.2024

Director de departament,  
Conf. univ. dr. Daniel-Rareș Obadă