

**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	Tehnici mediatice						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Ștefania Bejan						
2.3 Titularul activităților de seminar	Dr. Alexandra-Niculina Gherguț-Babii						
2.4 An de studiu	III	2.5 Semestrul	V	2.6 Tip de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei*	F

*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 seminarii/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 (dacă este cazul)

4.1 De curriculum	-
4.2 De competențe	-

5. Condiții (dacă este cazul)

5.1 De desfășurare a cursului	Sistemul mass-media
5.2 De desfășurare a seminarului/ laboratorului	-



6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	CP3. Pregătește materiale de prezentare CP57. Utilizează tehnici de comunicare CP84. Comunică în scris informații prin intermediul mass-mediei digitale sau al presei scrise, în funcție de necesitățile grupului țintă. Structurează conținutul în conformitate cu specificațiile și standardele. Aplică reguli de gramatică și ortografie. CP85. Utilizează software care permite publicarea, editarea și modificarea conținutului, precum și întreținerea de la o interfață centrală.
Competențe transversale	CT2. Gândește analitic CT3. Se adaptează la schimbare CT11. Se adresează unui public CT17. Operează echipamente hardware digitale CT26. Gândește critic CT27. Este atent la detalii CT39. Utilizează software de comunicare și colaborare CT55. Gândește în mod creativ CT59. Creează conținut digital

7. Obiectivele disciplinei (din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general	Dezvoltarea competențelor necesare pentru conceperea, implementarea și evaluarea strategiilor media eficiente, pregătind studenții să comunice mesaje persuasive și relevante prin diverse canale media, inclusiv tipărite, audio-vizuale și digitale.
7.2 Obiectivele specifice	La finalizarea cu succes a acestei discipline, studenții vor fi capabili să: <ul style="list-style-type: none">• 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

8. Conținut

8.1	Curs	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
1.	Convergența tehnică - deplasarea frontierelor dintre mijloacele comunicării de masă și dintre spațiul public și cel privat	descrierea explicația exemplificarea	2 ore; (1 ,4)
2.	Agentul persuasiv în mass-media moderne		2 ore; (5, 14)
3.	Rolul persuasiunii în manipularea știrilor		2 ore; (14)
4.	Storytelling - arta de a povesti „istorii” în scopul „formatării” spiritelor		2 ore; (6, 8, 15, 16)
5.	Investigația culturală despre știri: forme și practici ale jurnalismului. Atributele vizuale		2 ore; (15, 16)
6.	Producerea știrilor: fapt și ficțiune; credibilitate și ideologie		2 ore; (4, 5, 15)
7.	Tehnici de redactare pentru presa locală: colaborarea cu sursele specializate, blogging, digital-schmidgital		2 ore; (2, 4, 7)
8.	Tehnica sondajului de opinie. Interferențe cu opinia publică		2 ore; (2)



9.	Feature - hard sau soft ? Gen de graniță între informație și divertisment	2 ore; (3, 4, 7)
10.	Jurnalismul social, calea de la „câine de pază” la agent comunitar	2 ore; (2)
11.	Titlul jurnalistic- o aventură logico-lingvistică între informativ și incitant	2 ore; (3)
12.	Talk-show-ul în radio și televiziune. Construcția unei expertize „populare” a politicii	2 ore; (3, 6, 10, 11, 12)
13.	Creația audiovizuală actuală : înnoirea genurilor de ficțiune. Noua stilistică („Noua scriitură”)	2 ore; (6, 9, 10)
14.	Divertismentul - noua logică a politicilor editoriale. Infotainment sau interferența informare - divertisment	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)
1.	Elaborarea unei strategii media adecvate	Explicația, Studiu de caz	2 ore; (1,6)
2.	Aplicarea de tehnici de storytelling și persuasiune în realizarea mesajelor media	Exerciții practice, Analiză exemple, Conversație euristică	2 ore; (1)
3.	Redactarea de știri, articole, blog, newsletter	Exerciții practice, Analiză exemple	2 ore; (1,2)
4.	Crearea de materiale tipărite: afișe, reviste, broșuri, postere	Exerciții practice, Analiză exemple	2 ore; (1,2)
5.	Producerea de conținut pentru radio și televiziune	Exerciții practice, Analiză exemple	2 ore; (3,7)
6.	Realizarea de conținut video în format lung: podcast, streaming live, vlogging	Exerciții practice, Studiu de caz	2 ore; (2,5)
7.	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 mediatică” 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

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere în nota finală (%)
10.4 Curs	Înțelegerea și recunoașterea tehnicilor utilizate în comunicarea mediatică. Analiza diferitelor tehnici din presa scrisă, audiovizual (mass-media tradiționale și New Media)	Examen	50
10.5 Seminar / Laborator	Prezența activă la cel puțin 4 seminarii: prezentarea unei teme aplicative, participarea la dialogul aferent fiecărei teme prin argumentare corespunzătoare și exemple	Observația participativă Analiza îndeplinirii sarcinilor de seminar	50

10.6 Standard minim de performanță

Realizarea, conform Regulamentului UAIC, a minimum 50 % din fiecare tip de activitate supusă evaluării: seminar și examen scris.

Data completării,
25.09.2024

Titular de curs,
Conf. univ. dr. Ștefania Bejan

Titular de seminar,
Dr. Alexandra-Niculina Gherguț-Babii

Data avizării în departament,
27.09.2024

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