

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Babeș-Bolyai
1.2 Facultatea	Facultatea de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării
1.3 Departamentul	Jurnalism
1.4 Domeniul de studii	Jurnalism
1.5 Ciclul de studii	Nivel Licență, învățământ cu frecvență
1.6 Programul de studiu / Calificarea	

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Tehnici de comunicare cu media						
2.2 Titularul activităților de curs	Lect.Univ.Dr Cristina Nistor						
2.3 Titularul activităților de seminar	Drd. Mara Rusu						
2.4 Anul de studiu	III	2.5 Semestrul	VI	2.6. Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	DF

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	154	Din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp:					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					67
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					15
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					10
Tutoriat					34
Examinări					8
Alte activități:					
3.7 Total ore studiu individual	84				
3.8 Total ore pe semestru	154				
3.9 Numărul de credite	5				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	Introducere în studii media. Introducere în știința comunicării și a relațiilor publice. Genuri jurnalistice – presă scrisă. Jurnalism TV. Jurnalism radio. Jurnalism online.
4.2 de competențe	-

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 De desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none"> Sală de clasă, laptop, video-proiector, difuzoare.
5.2 De desfășurare a seminarului/laboratorului	<ul style="list-style-type: none"> Sală de clasă, laptop, video-proiector, difuzoare.

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> • Identificarea și utilizarea limbajului, metodologiilor și cunoștințelor de specialitate din domeniul științelor comunicării. • Descrierea tipurilor diferite de audiență / public implicate în comunicare. • Identificarea și utilizarea elementelor specifice de deontologie și de responsabilitate socială a jurnalistului. • Managementul informației de presă
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> • Autoevaluarea nevoii de formare profesională în scopul inserției și a adaptării la cerințele pieței muncii.

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> • Asigurarea competențelor studentului de a cunoaște specificul comunicării cu media.
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> • Asigurarea competențelor studentului de cunoaștere a termenilor specifici comunicării cu media și a PR-ului. • Asigurarea competențelor studentului de a identifica categoriile de public și stabilirea mesajului optim pentru fiecare dintre acestea. • Asigurarea competențelor studentului de a respecta deontologia specifică domeniului de comunicare profesionistă.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Prezentarea structurii cursului, a modalității de examinare și a recomandărilor bibliografice. Terminologie specifică și delimitarea conceptelor.	Prezentare teoretică și exemple aplicate.	
2. Sistemul media și al comunicării profesioniste – analize (cifre, bugete, relații instituționale, strategii etc).	Prezentare teoretică și exemple aplicate.	Consultare bibliografie: 4.5 ore
3. Segmente de public media – studii ref. audiențe și consum de presă.	Prezentare teoretică și exemple aplicate.	Consultare bibliografie: 4.5 ore
4. Mesaje și suporturi media diferite - specific; avantaje & dezavantaje etc.	Prezentare teoretică și exemple aplicate.	Consultare bibliografie: 4.5 ore
5. Relația dintre comunicatori, presă și autorități - legea 544 / 2001 privind liberul acces la informațiile de interes public. Studii de caz și exemple practice.	Prezentare teoretică și exemple aplicate.	Consultare bibliografie: 4.5 ore
6. Biroul de presă/Departamentul de comunicare – structură, organizare, echipă, misiune și activități specifice.	Prezentare teoretică și exemple aplicate.	Consultare bibliografie: 4.5 ore
7. Comunicatul de presă – etapele de realizare, difuzare, tipologii etc.	Prezentare teoretică și exemple aplicate.	Consultare bibliografie: 4.5 ore
8. Conferința de presă – etapele organizării, stabilirea locației, datei, orei; structura evenimentului; evaluare.	Prezentare teoretică și exemple aplicate.	Consultare bibliografie: 4.5 ore

9. Dosarul de presă și revista presei – structură, rol.	Prezentare teoretică și exemple aplicate.	Consultare bibliografie: 4.5 ore
10. Comunicarea de criză – tipuri de situații de criză; strategii specifice de comunicare în situații de criză; etapele comunicării de criză etc.	Prezentare teoretică și exemple aplicate.	Consultare bibliografie: 4.5 ore
11. Comunicarea cu presa în mediul online – tendințe și caracteristici referitoare la producția mesajului, difuzare, segment de public și consum.	Prezentare teoretică și exemple aplicate.	Consultare bibliografie: 4.5 ore
12. Campania de PR - definirea problemelor; analiza situației; stabilirea obiectivelor; identificarea diferitelor categorii de public; stabilirea strategiilor; fixarea calendarului de lucru; stabilirea bugetului și stabilirea procedurilor de evaluare	Prezentare teoretică și exemple aplicate.	Consultare bibliografie: 4.5 ore
13. Invitat la curs – un comunicator profesionist.	Discuție despre comunicarea profesionistă cu media.	Consultare bibliografie: 4.5 ore
14. Recapitulare și actualizare finală a temelor predate și discutate pe parcursul semestrului, în vederea unei mai bune pregătiri a studentului pentru examenul final.	Prezentare teoretică și răspunsuri la întrebările studenților.	Consultare bibliografie: 4.5 ore

Bibliografie

- Abric, Jean-Claude, *Psihologia comunicării*, Iași, Polirom, 2002
- Chelcea, Septimiu, *Comunicarea nonverbală în spațiul public*, București, Tritonic, 2004
- Coman, Cristina, *Comunicarea de criza. Tehnici si strategii*, Ed. Polirom, Iasi, 2009.
- Coman, Cristina, *Relațiile publice – principii și strategii*, Editura Polirom, Iași, 2001.
- Coman, Cristina, *Relațiile publice și mass media*, Editura Polirom, Iași, 2004.
- Coman, Mihai, *Introducere în sistemul mass-media*, Editura Polirom, Iași, 2007.
- Coman, Mihai, *Mass media în România post-comunistă*, Editura Polirom, Iași, 2003.
- David, George, *Tehnici de relatii publice, Comunicarea cu mass-media*, Editura Polirom, Iasi, 2008.
- Defleur, L., Melvin; Ball-Rokeach, Sandra, *Teorii ale comunicării de masă*; Editura Polirom, Iași, 1999.
- Marinescu, Paul, *Managementul instituțiilor de presă din România. Teorie, practică și studii de caz*, Editura Polirom, Iași, 1999
- Oliver, Sandra, *Strategii de relatii publice*, Editura Polirom, Iasi, 2009.
- Prutianu, Ștefan, *Antrenamentul abilităților de comunicare*, Iași, Polirom, 2005.
- Rogojinaru, Adela, *Relatii publice – fundamenete interdisciplinare*, Ed. Tritonic, 2010
- Van Cuilenburg, J.J.; Scholten, O.; Noomen, G.W., *Știința comunicării*, Editura Humanitas, București, 1991.
- Werner J. Severin, James W. Tankard, Jr, *Perspective asupra Teoriilor Comunicării de Masă*, Editura Polirom, Iași, 2004.

8.2 Seminar / laborator	Metode de predare	Observații
1. Prezentarea structurii seminarului, a modalității de examinare și a recomandărilor bibliografice.	Exemple aplicate.	Pentru seminarul următor, studenții vor trebui să își aleagă câte o campanie de comunicare și să identifice publicul țintă căruia i s-a adresat respectiva campanie. Timp de lucru: 5 ore

2. Campanii de PR. Alegerea targetului	Exemple. Analiză	Pentru seminarul următor, studenții vor trebui să își aleagă câte o campanie de comunicare și să identifice suporturile media utilizate în respectiva campanie. Timp de lucru: 5 ore
3. Alegerea suporturilor media în campaniile de comunicare	Exemple. Analiză	Pentru seminarul următor, studenții vor trebui să își aleagă câte o campanie de comunicare pe care să o prezinte și să o analizeze. Studenții pot lucra în echipe de câte două persoane. Timp de lucru: 15 ore
4. Prezentare campanii de comunicare	Prezentarea proiectelor studenților. Discuții pe marginea proiectelor.	
5. Prezentare campanii de comunicare	Prezentarea proiectelor studenților. Discuții pe marginea proiectelor.	
6. Prezentare campanii de comunicare	Prezentarea proiectelor studenților. Discuții pe marginea proiectelor.	
7. Prezentare campanii de comunicare	Prezentarea proiectelor studenților. Discuții pe marginea proiectelor.	

Bibliografie:

www.pr-romania.ro

www.comunicatemedi.ro

www.wall-street.ro

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

- Conținuturile teoretice predate și cerințele cursului și ale seminarului sunt corelate cu cerințele actuale din domeniul comunicării media profesionale.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Test scris	Examen	6 puncte
	-	-	-
10.5 Seminar/laborator	Proiect final	Proiect final Activitate pe parcursul semestrului	2 puncte- Proiect final- 1 punct- Activitate 1 punct din oficiu

10.6 Standard minim de performanță

Obținerea a 0.5 puncte la examen în condițiile în care studentul are punctaj maxim la seminar.

Data completării

15.09.2013

Semnătura titularului de curs

Lect.univ.dr. Cristina Nistor

Semnătura titularului de seminar

Data avizării în departament

Semnătura directorului de departament