

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

Instituția de învățământ superior	Universitatea „Ștefan cel Mare” din Suceava
Facultatea	Facultatea de Litere și Științe ale Comunicării
Departamentul	Limba și literatura română și științele comunicării
Domeniul de studii	Științe ale comunicării
Ciclul de studii	Licență
Programul de studii/calificarea	Media digitală

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	Practica de specialitate				
Titularul activităților de proiect de practică	Conf. univ dr. Evelina Mezalina Graur				
Anul de studiu	II	Semestrul	4	Tipul de evaluare	Colocviu
Regimul disciplinei	Categorია formativă a disciplinei DF - fundamentală, DD - în domeniu, DS - de specialitate, DC - complementară				DS
	Categorია de opționalitate a disciplinei: DO - obligatorie (impusă), DA - opțională (la alegere), DL - facultativă (liber aleasă)				DA

3. Timpul total estimat (ore alocate activităților didactice)

I a) Număr de ore pe săptămână	7	Curs		Seminar		Laborator		Proiect	7
I b) Totalul de ore pe semestru din planul de învățământ	90	Curs		Seminar		Laborator		Proiect	

II Distribuția fondului de timp pe semestru:	ore
II a) Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	18
II b) Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	30
II c) Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	40
II d) Tutoriat	-
III Examinări	2
IV Alte activități:	-

Total ore studiu individual II (a+b+c+d)	90
Total ore pe semestru (I+II+III+IV)	90
Numărul de credite	3

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Curriculum	Editare în limbaje WEB, Multimedia, Sisteme de management de conținut Web, Producție și editare multimedia, Bazele ilustrației, Producție și editare multimedia, Design de interfețe
Competențe	CP7 transpune conceptele cerințelor în conținut CP8 utilizează software pentru sistemele de gestionare de conținut

5. Condiții (acolo unde este cazul)

Desfășurare a cursului	Acorduri de practică cu instituții media și din domeniul comunicării
Desfășurare aplicații	Acorduri de practică cu instituții media și din domeniul comunicării

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	CP 5 Conceperea și implementarea planurilor de campanie de promovare a imaginii (unei organizații, unui produs, unei persoane), de promovare a unei idei și de responsabilitate socială; CP 7 Organizarea de evenimente (conferințe de presă, lansare de produse, vizite de presă, expoziții)
-------------------------	--

Competente transversale	CT 2 Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în echipa multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice

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

Obiectivul general al disciplinei	OG 1. Aprofundarea unor genuri și formate comunicaționale monomodale și multimodale (afiș publicitar, adventorial, listicol, infografic, spot, reclamă digitală, reportaj digital, interviu online). OG 2. Exersarea abilităților de creare, editare și difuzare a unor conținuturi și mesaje în formate multimedia.
Obiective specifice	OS 1. Crearea de conținuturi pentru platforme online, site-uri de știri sau de servicii, bloguri și medii de socializare și adaptarea acestora multiplelor categorii de public. OS2. Înțelegerea work-flow-ului de producție multimedia. OS 3. Utilizarea cu încredere, creativitate și simț critic a tehnologiei informației și a comunicațiilor. OS3. Realizarea unui portofoliu de produse multimedia într-un context organizațional.

8. Conținuturi

Proiect	Nr. ore	Metode de predare	Observații
1. Măsurile de protecția muncii. Prezentarea locurilor de desfășurare a practicii de specialitate și a tutorilor. Studiarea regulamentelor interne. Clarificarea unor aspecte legate de etica și deontologia profesională.	4	discuție, problematizare, explicație,	
2. Prezentarea modului de evaluare și a criteriilor de evaluare în cadrul colocviului. Definitivarea repartizării studenților în instituțiile partenere de practică pe baza opțiunilor exprimate și colectarea convențiilor individuale de practică.	2	prezentare, discuție, explicație, clarificare	
3. Observarea și studierea fluxului de lucru în cadrul firmelor și instituțiilor de practică. Identificarea și eșalonarea unor sarcini de lucru cu ajutorul tutorilor. Stabilirea temei individuale pentru proiectul de practică și a pașilor necesari întocmirii acestuia.	9	discuție, explicație, clarificare	
4. Documentare și lucru la sediul de practică.	9	discuție, explicație, clarificare	
5. Documentare și lucru la sediul de practică.	9	discuție, explicație, clarificare	
6. Documentare și lucru la sediul de practică.	9	discuție, explicație, clarificare	
7. Raport preliminar (oral) privind activitatea desfășurată la sediul organizației. Prezentarea stadiului proiectului.	2	prezentare, problematizare, discuție	
8. Documentare și lucru la sediul de practică	9	discuție, explicație, clarificare	
9. Documentare și lucru la sediul de practică	9	discuție, explicație, clarificare	
10. Draft 1 proiect de practică: prezentare și feedback din partea tutorelui de practică.	2	prezentare, problematizare, discuție	
11. Documentare și lucru la sediul de practică	9	discuție, explicație, clarificare	
12. Documentare și lucru la sediul de practică	9	discuție, explicație, clarificare	
13. Draft 2 proiect de practică: prezentare și feedback din partea tutorelui și coordonatorului de practică	2	prezentare, problematizare, discuție	
14. Definitivarea proiectului de practică. Întocmirea, definitivarea și depunerea documentelor justificative pentru stagiul de practică.	6	prezentare, problematizare, discuție	
	90		
Bibliografie			

1. Adnum, Heidi & Mihiu, Nicoleta. (2013). *Ghidul fotografiei de produs: Sfaturi pentru artizani de la artizani, tehnici de succes pentru a-ți expune produsele de creație proprie*. Editura Casa.
2. Allan, Stuart. (2005). *Journalism: critical issues*, Open University Press, Londra
3. Allan, Stuart. (2006). *Online news. Journalism and the Internet*, Open University Press, Londra.
4. Allanwood, Gavin & Beare, Peter. (2019). *User Experience Design: A Practical Introduction* (Second edition). Bloomsbury Publishing Plc.
5. Apostol, Silvia-Adriana. (2021). *Introducere în traducerea asistată de calculator*. Editura Universitaria.
6. Bader, Simona & Sîrb Corina. (2021). *Particularitățile presei online din România: dinamică și concepte*. București: Editura Tritonic.
7. Balaban, Delia Cristina, Iancu, Ioana & Meza, Radu (coord.). (2009). *PR, publicitate și new media*. Editura Tritonic.
8. Balaban, Delia Cristina. (2021). *Publicitatea: de la planificarea strategică la implementarea media*. Iași: Editura Polirom.
9. Bonghez, Simona. (2017). *Din provocările unui manager de proiect. Faceți cunoștință cu Gogu!* București: Comunicare.ro
10. Caldwell, Cath. (Consultant Ed.). (2019). *Graphic Design for Everyone. Understanding the Building Blocks So You Can Do It Yourself*. Dorling Kindersley Limited.
11. Carrol, Brian. (2017). *Writing & Editing for Digital Media*. 3rd edition. New York and London: Routledge. (cota carte în biblioteca USV III25340)
12. Chelcea Septimiu. (2021). *Psihosociologia publicității*. Editura Pro Universitaria.
13. Coman, Mihai. (2007). *Introducere în sistemul mass-media*, Editura Polirom, Iași, 2007.
14. Constantinescu, Florin. (2021). *Bazele fotografiei*. Editura Universitaria.
15. David, Liviu. (2019). *Pauza de publicitate. Cum să gândești reclame într-o lume care nu le iubește*. Editura Princeps.
16. Duminiță, Delia. (coord.) (2020). *Audiovizualul: O Istorie recentă (1928-2020)*. Editura Tritonic.
17. Dumitrescu, Florin (2019). *Publi-Cetatea și branduri de poveste*. Editura Integral.
18. Dumitrescu, Florin. (2019). *Retorica sloganului. Manual de copywriting în limba română*. Editura Integral.
19. Ellul, Jacques. (1973). *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes*, Vintage Books, New York.
20. Franklin, Bob et. al. (2005). *Key concepts in Journalism Studies*, Sage Publications, Londra
21. Frier, Sara. (2020). *#Nofilter. Povestea Instagramului*. (Traducere de Dan Drumur). Editura Corint.
22. Hall, Jim. (2001). *Online Journalism, a critical primer*, Pluto Press, Londra,
23. Information Resources Management Association, USA. (2018). *Digital Multimedia: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications*. Hershey PA, USA: IGI Global.
24. Ionescu, Irina. (2018). *Management de proiect și elemente de marketing în artele spectacolului*. Editura Eikon.
25. Kovach, B., Rosenthal, T. (2014). *The elements of journalism: What newspeople should know and the public should expect*, Three Rivers Press, New York.
26. Lacey, Nick. (2002). *Media institutions and audiences. Key concepts in media studies*, Palgrave, New York.
27. Larson, Charles U. (2003). *Persuasiunea. Receptare și responsabilitate*, Polirom, Iași.
28. Mallender, Ariane. (2008). *Cum să scrii pentru multimedia. Tehnici de scriere interactivă*. Rezumatul. Derularea. Scenariul. (Traducere de Oana Drăgănescu). Iași: Polirom.
29. Maslen, Andy. (2010). *The Copywriting Sourcebook. How to Write Better Copy, Faster: For Everything from Ads to Websites*. Marshall Cavendish Business.
30. McPhail, Thomas, L. (2006). *Global Communication. Theories, Stakeholders, and Trends*, Blackwell Publishing, Oxford.
31. McQuail, Denis. (2009). *Mass Communication Theory*, Sage Publications, Londra.
32. Negoită Cătălin. (2020). *Mediamorfoze V. Reflectare, (de)formare și fake-news în spațiul mediatic și cultural*. București: Editura Tritonic.
33. Oprea, Bogdan. (2021). *Fake news și dezinformare online: recunoaște și verifică. Manual pentru toți utilizatorii de internet*. Iași: Polirom.
34. Oprea, Bogdan. (2021). *Fake news și dezinformare online: recunoaște și verifică*, Polirom, Iași.
35. Radu, Raluca-Nicoleta (2015). *Deontologia comunicării publice*, Polirom, Iași.
36. Rudinschi, Carolina. (2014). *Presa românească generalistă: de la print la online*. Editura Tritonic.
37. Steward, Peter, Alexander, Ray. (2022). *Broadcast journalism*, Routledge, New York.
38. Vasile, Aurelia Ana. (2012). *Mass media și gândire critică*. Editura Tritonic.
39. Wahl-Jorgensen, Karin, Hanitzsch, Thomas. (2009). *The handbook of Journalism studies*, Routledge, New York.
40. Wood, Kenny. (2018). *Confident Web Design: Master the Fundamentals of Website Creation and Supercharge Your Career*. Kogan Page.

Bibliografie minimală

1. Dumitrescu, Florin. (2019). *Retorica sloganului. Manual de copywriting în limba română*. Editura Integral.
2. Koch, Richard. (2013). *Principiul 80/20 pentru dezvoltarea personală*. Editura Meteor Press.
3. Mallender, Ariane. (2008). *Cum să scrii pentru multimedia. Tehnici de scriere interactivă*. Rezumatul. Derularea. Scenariul. (Traducere de Oana Drăgănescu). Iași: Polirom.

4. Mureșan, Larisa. (2002). *Influencer marketing*, Tritonic, București
5. Oprea, Bogdan. (2021). *Fake news și dezinformare online: recunoaște și verifică. Manual pentru toți utilizatorii de internet*. Iași: Polirom.
6. Popa, Florentina. (2009). *Verbal și paraverbal în discursul radiofonic*. Editura Universității Alexandru Ioan Cuza din Iași.

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

Stagiul de practică vizează desfășurarea a 90 de ore de practică profesională pe parcursul semestrului al II-lea în condițiile de lucru ale unei instituții care operează în mediul digital și va fi ghidat de coordonatori de practică de la nivelul facultății sau universității. Stagiul reprezintă o oportunitate pentru studenți de a dobândi experiență de lucru într-o comunitate profesională și de a duce la bun sfârșit sarcini de lucru cu termene stabilite.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Proiect	1. Evaluarea conținutului Raportului de practică (Anexa 1) pe baza următoarelor criterii: <ol style="list-style-type: none"> a. prezentarea sintetică și coerentă a activităților desfășurate; b. integrarea informațiilor în structura impusă a raportului (Anexa 1); c. exprimare corectă; d. redactarea textului cu diacritice. 	Evaluare finală: probă orală prezentarea proiectului de practică și a rezultatelor obținute	50%
	2. Prezentarea adeverinței de practică emisă de instituția în care studentul a desfășurat stagiul. Aceasta trebuie să conțină: <ol style="list-style-type: none"> a. specificarea perioadei de practică și a numărului total de ore (90); b. enumerarea principalelor activități în care a fost implicat studentul; c. semnătura reprezentantului legal și ștampila. 	Evaluare pe parcurs: observația sistematică, verificarea raportului de practică, a conținutului portofoliului de practică	50%
	3. Evaluarea activității studentului în stagiul de practică de către tutorele de practică din cadrul organizației de practică (Anexa 2) pe baza următoarelor criterii: <ol style="list-style-type: none"> a. nivelul de dobândire a competențelor profesionale și transversale; b. entuziasm, dorință de învățare și spirit de inițiativă; c. comportament etic la locul de muncă; d. respectarea termenelor de predare a lucrărilor solicitate; e. asumarea de responsabilități și gradul de materializare a acestora; f. colaborarea cu colegii; g. deschiderea spre feed-back și spre acceptarea de observații. 		

	<p>4. Evaluarea portofoliului de practică. Acesta conține prezentarea proiectului de practică și portofoliul de materiale realizate (Anexa 3). Criteriile de evaluare sunt:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Prezentarea structurată a proiectului în max. 5 pagini (tema și subiectul, obiective, strategii, metode și instrumente de lucru, rezultate, concluzii, bibliografie). b. Exprimare clară, concisă și coerentă. c. Folosirea de scheme, diagrame și figuri însoțite de legende. d. Raportul dintre timpul alocat realizării materialelor și calitatea/amploarea/impactul acestora. 		
<p>10.1. Standarde minime de performanță</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Efectuarea celor 90 de ore de activitate practică (atestată prin adeverința de practică) 2. Obținerea la evaluarea de către tutore a calificativului general satisfăcător. 3. Raportul de practică conține înregistrări clare și coerente pentru cel puțin jumătate din zilele aferente stagiului de practică. 4. La colocviul de practică studentul are o expunere coerentă și atractivă a activității desfășurate și a conținutului portofoliului de practică în proporție de 50%. 5. La colocviul de practică studentul răspunde corect la 50% din întrebările adresate. 			
<p>10.2. Standarde maxime de performanță</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Efectuarea celor 90 de ore de activitate practică (atestată prin adeverința de practică). 2. Obținerea la evaluarea de către tutore a calificativului general foarte bine 3. Raportul de practică conține înregistrări clare și coerente pentru fiecare zi de practică. Raportul prezintă contribuții personale, observații și propuneri relevante. 4. La colocviul de practică studentul are o expunere coerentă și atractivă a activității desfășurate și a conținutului portofoliului de practică în proporție de 100%. 5. La colocviul de practică studentul face dovada însușirii de cunoștințe noi și răspunde corect la toate întrebările adresate. 			

Data completării	Semnătura coordonatorului de practică
24 septembrie 2024	
Data avizării	Semnătura responsabilului de program
25 septembrie 2024	

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament
26 septembrie 2024	

Data aprobării în Consiliul Academic	Semnătura decanului
27 septembrie 2024	