

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	Științele comunicării
Ciclul de studii	Licență
Programul de studii/calificarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

Denumirea disciplinei	Elaborarea unui produs de relații publice 2				
Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Ionel CORJAN				
Titularul activităților de seminar	Asistent asociat dr. Ana CRĂCIUNESCU				
Anul de studiu	II	Semestrul	4	Tipul de evaluare	Examen
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)				DO

3. Timpul total estimat (ore pe semestru ale activităților didactice)

I. a. Număr de ore pe săptămână	4	Curs	2	Seminar	-	Laborator	2	Proiect	-
I. b. Totalul de ore din planul de învățământ	56	Curs	28	Seminar	-	Laborator	28	Proiect	-

Distribuția fondului de timp	Ore
II. a. Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și notițe	20
II. b. Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren	20
II. c. Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri	25
II. d. Tutoriat	2
III. Examinări	2
IV. Alte activități	-

Total ore studiu individual	67
Total ore pe semestru	125
Numărul de credite	5

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

Curriculum	Fundamente ale științelor sociale
Competențe	<ul style="list-style-type: none"> realizarea de conexiuni între rezultatele cunoașterii fenomenului relaționist; argumentarea enunțurilor făcute în legătură cu geneza, structura și funcționarea mecanismelor specifice relațiilor publice; analiza și sinteza, generalizarea, concretizarea tuturor aspectelor studiate teoretic și practic referitor la relațiile publice

5. Condiții (acolo unde este cazul)

Desfășurare a cursului	• Sală de curs cu videoproiector
Desfășurare aplicații	• Seminar • Calculatoare, videoproiector, camere video digitale, soft de editare audio-video.

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	C3 Identificarea și utilizarea strategiilor, metodelor și tehnicilor de comunicare în procesul de relații publice; C4 Realizarea și promovarea unui produs de relații publice;
Competențe transversale	CT2 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	- Expunerea principalelor teorii, modele și practici privind relațiile publice, cu accent pe crearea unor produse RP cu mijloace audio-vizuale specifice.
Obiectivele specifice	Curs - Predarea de cunoștințe teoretice și conturarea abilităților practice în domeniul RP și al sistemelor audio-video.

	Seminar	- Aprofundarea conceptelor de bază și crearea unor produse de RP cu mijloace audio-video.
--	---------	---

8. Conținuturi

Curs:	Nr. ore	Metode de predare	Obs
1. Introducere. Mijloacele audio-video și specificul lor în cadrul relațiilor publice.	4	– Prelegeri pe baza suportului de curs și a bibliografiei aferente.	
2. Tipologia mijloacelor tehnice de comunicare audio-video: a) sistemul radiofonic; b) sistemul televizual; c) sistemul audio-video autonom (<i>intern</i> , de întreprindere / organizație, sau <i>extern</i> , de comunicare publică urbană).	4		
3. Produse de RP audio-vizuale: a) prezentarea orală concisă cu scop pur comunicațional b) interviul radiofonic c) reportajul radiofonic d) conferința e) videoclipul de prezentare f) interviul și reportajul de televiziune	4		
4. Aspecte tehnice în elaborarea de produse RP audio: a) conceperea scenariului (tema, obiectivele, strategiile, protagoniștii, contextul) ca axă ideatică și de procedură b) fișierele audio și formatele acestora (WAV, WMA, MID, MP3 etc.); descriere și caracteristici principale c) prelucrarea fișierelor audio (înregistrare și redare – mono sau stereo; salvarea digitală în diferite formate; controlul volumului și frecvenței; selecția, decuparea, copierea și mixajul segmentelor audio).	4		
5. Aspecte tehnice în elaborarea de produse RP video: a) conceperea scenariului, planului și decupajului ca axe ideatice și de procedură b) luarea de vederi și principiile filmice de elaborare a discursului audio-vizual c) fișierele video și formatele uzuale ale acestora (MPEG, AVI, MP4, MOV, FLV, MKV, WMV etc.) d) aparatură digitală și modalități de filmare e) procesarea digitală a fișierelor audio-video (selecția, decuparea și montajul cadrelor, scenelor și secvențelor; mixajul și sincronizarea audio-video; tehnici expresive de montaj și strategii cromatice).	4		
6. Structura, compoziția și sintaxa filmică: încadratura, planul și unghiul de filmare; mișcările de aparat, racordurile și compoziția dinamică a discursului filmic.	4		
7. Crearea de produse audio-vizuale cu temă specifică RP.	4		

Bibliografie

BOGDAN-Dascălu, Doina, *Limbaajul publicistic actual*, Timișoara, Augusta ArtPress, 2006.
 BRANDL-GHERGA, Mariana, *Eveniment și imagine în presa scrisă*, Timișoara, Artpress, 2002.
 BRAS, Florence Le, *Secretele unui bun curriculum vitae*, București, Teora, 2005.
 COMAN, Cristina, *Relațiile publice și mass-media*, Polirom, Iași, 2000.
 COMAN, Cristina, *Relațiile publice. Principii și strategii*, Polirom, Iași, 2001.
 DAGENAIS, Bernard, *Campania de relații publice*, Polirom, Iași, 2003.
 JENNINGS, Marie, *Relațiile perfecte cu publicul*, Editura Național, București, 1998.
 MAITLAND, Ian, *Conferința perfectă*, Editura Național, București, 1998.
 MARCONI, Joe, *Ghid practic de relații publice*, Polirom, Iași, 2007.
 MILO, Katie și alții, *Introducere în relații publice*, București, MIM, 1998.
 NEWSOM, Doug; CARELL, Bob, *Redactarea materialelor de relații publice*, Polirom, Iași, 2004.
 NEWSOM, Doug, *Totul despre relațiile publice*, Polirom, Iași, 2003.
 POP, Doru, *Introducere în teoria relațiilor publice*, Cluj-Napoca, Dacia, 2000.
 RIDGEWAY, Judith, *Relațiile cu media – ghid practic*, Editura Codecs, București, 1996.
 STANCU, Valentin și alții, *Relații publice. Succes și credibilitate*, București, Concept Publishing, 1997.
 ȘERB, Stancu, *Relații publice și comunicare*, Teora, București, 2001.
 YODER, S., MILO, K., GROSS, P., NICULESCU-MAIER, Șt., *Introducere în relații publice*, NIM, București, 1998.
 VEGHES RUFF, Iulian, GRIGORE, Bogdan, *Relațiile publice și publicitatea on line*, Polirom, Iași, 2003.
 ZAIT, Adriana, *Relații publice*, Sedcom Libris, Iași, 2004.

Aplicații (seminar/laborator)	Nr. ore	Metode de predare	Obs
1. Mijloacele audio-video și specificul lor în cadrul relațiilor publice.	4	– Aprofundarea și	

2. Tipologia mijloacelor tehnice de comunicare audio-video.	4	analiza elementelor, aspectelor și problemelor specifice relațiilor publice; – Dezbateri interactive pe studii de caz.	
3. Produse de RP audio-vizuale.	4		
4. Aspecte tehnice în elaborarea de produse RP audio.	4		
5. Aspecte tehnice în elaborarea de produse RP video.	4		
6. Structura, compoziția și sintaxa filmică.	4		
7. Crearea de produse audio-vizuale cu temă specifică RP.	4		

Bibliografie



DAGENAIS, Bernard, *Campania de relații publice*, Polirom, Iași, 2003.
 MARCONI, Joe, *Ghid practic de relații publice*, Polirom, Iași, 2007.
 NEWSOM, Doug; CARELL, Bob, *Redactarea materialelor de relații publice*, Polirom, Iași, 2004.
 ȘERB, Stancu, *Relații publice și comunicare*, Teora, București, 2001.
 VEGHES Ruff, Iulian; GRIGORE, Bogdan, *Relațiile publice și publicitatea on line*, Polirom, Iași, 2003.


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

– Tematica selectată pentru prelegeri și aprofundare prin studiu individual va permite absolventului să presteze activități de consilier de imagine, purtător de cuvânt, specialist în comunicare inter- și intrainstituțională, mediator, strateg de campanii promoționale în domeniul PR.

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
Curs	<ul style="list-style-type: none"> – Cantitatea și calitatea cunoștințelor acumulate și relevanța științifică a acestora. – Coerența, claritatea și precizia expunerii ideilor în discurs referitor la elaborarea unui produs RP audio-vizual. 	Evaluare formativă: – observarea curentă a participării interactive a studenților	50 %
Seminar	<ul style="list-style-type: none"> – Capacitatea de a reține și comunica cunoștințe esențiale, de a face conexiuni interdisciplinare cu punerea în practică a cunoștințelor dobândite. 	– Teste, chestionare, probe practice etc.	50 %
Standard minim de performanță:			
Standarde minime pentru nota 5: însusirea principalelor noțiuni, idei, teorii; cunoașterea problemelor de bază din domeniu; Standarde minime pentru nota 10: abilitati, cunoștințe certe și profund argumentate; exemple analizate, comentate; mod personal de abordare și interpretare; parcurgerea bibliografiei; însușirea principalelor strategii și principii de proiectare și construcție a materialelor RP; conceperea și realizarea în parametri tehnici și estetici a materialelor RP.			

Data completării	Semnătura titularului de curs	Semnătura titularului de seminar
20 septembrie 2019		

Data avizării în departament	Semnătura directorului de departament
26.09.2019	

Data aprobării în Consiliul academic	Semnătura decanului
27.09.2019	